

**INFORME FINAL DE EVALUACIÓN
EVALUACIÓN PROGRAMAS GUBERNAMENTALES
(EPG)**

PROGRAMA FONDO CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

**MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN**

**PANELISTAS:
ANDREA PERONI FISCARELLI (COORDINADORA)
DIEGO VÁSQUEZ CONTRERAS
HUMBERTO ZAMORANO DÍAZ**

NOVIEMBRE 2018 - JUNIO 2019

TABLA DE CONTENIDOS

I. INFORMACIÓN DEL PROGRAMA	4
1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROGRAMA	4
2. CARACTERIZACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE POBLACIÓN POTENCIAL Y OBJETIVO.....	8
3. ANTECEDENTES PRESUPUESTARIOS	10
II. EVALUACION DEL PROGRAMA.....	13
1. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA	13
2. EFICACIA Y CALIDAD.....	23
2.1. EFICACIA A NIVEL DE RESULTADOS INTERMEDIOS Y FINALES	23
2.2. EFICACIA A NIVEL DE COMPONENTES	29
2.3. COBERTURA Y FOCALIZACIÓN DEL PROGRAMA (POR COMPONENTES EN LOS CASOS QUE CORRESPONDA) ...	35
2.4. CALIDAD (SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS EFECTIVOS, OPORTUNIDAD, COMPARACIÓN RESPECTO A UN ESTÁNDAR).....	37
3. ECONOMÍA	38
3.1. FUENTES Y USO DE RECURSOS FINANCIEROS.....	38
3.2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROGRAMA	42
3.3. APORTES DE TERCEROS	43
3.4. RECUPERACIÓN DE GASTOS.....	44
4. EFICIENCIA	44
4.1. A NIVEL DE RESULTADOS INTERMEDIOS Y FINALES.....	44
4.2. A NIVEL DE ACTIVIDADES Y/O COMPONENTES. RELACIONA GASTOS CON PRODUCTOS.....	46
4.3. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	49

5. IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA	49
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
1. CONCLUSIONES SOBRE EL DESEMPEÑO GLOBAL.....	51
2. RECOMENDACIONES	53
IV. BIBLIOGRAFÍA	55
V. ENTREVISTAS REALIZADAS.....	56
VI. ANEXOS DE TRABAJO	57
ANEXO 1: REPORTE SOBRE EL ESTADO Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN DISPONIBLE PARA EVALUAR EL PROGRAMA.....	57
ANEXO 2(A): MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL PROGRAMA.....	64
ANEXO 2(B): MEDICIÓN DE INDICADORES MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL PROGRAMA, PERÍODO 2015-2018	69
ANEXO 2(C): ANÁLISIS DE DISEÑO DEL PROGRAMA	73
ANEXO 2 (D) INDUSTRIA TELEVISIVA.....	79
ANEXO 3: PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL PROGRAMA	84
A. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CADA UNO DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS (COMPONENTES) QUE ENTREGA EL PROGRAMA.	84
B. . ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y MECANISMOS DE COORDINACIÓN AL INTERIOR DE LA INSTITUCIÓN RESPONSABLE Y CON OTRAS INSTITUCIONES.	96
C. CRITERIOS DE ASIGNACIÓN DE RECURSOS, MECANISMOS DE TRANSFERENCIA DE RECURSOS Y MODALIDAD DE PAGO	106
D. FUNCIONES Y ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN QUE REALIZA LA UNIDAD RESPONSABLE	109
ANEXO 4: ANÁLISIS DE GÉNERO DE PROGRAMAS EVALUADOS.....	111
ANEXO 5: FICHA DE PRESENTACIÓN DE ANTECEDENTES PRESUPUESTARIOS Y DE GASTOS.	117
VII. GLOSARIO	122
VIII. ÍNDICE DE CUADROS, ESQUEMAS Y GRÁFICOS	123

I. INFORMACIÓN DEL PROGRAMA

1. Descripción general del programa

El programa “Fondo de Apoyo a Programas Culturales” (en adelante Fondo-CNTV), es ejecutado por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), servicio público de rango constitucional establecido en la Ley N° 18.838, 1989¹, autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por misión *“velar por el correcto funcionamiento² de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo³, en sintonía con los cambios tecnológicos y socio-culturales, en un contexto de creciente internacionalización”⁴*. El CNTV se relaciona con la Presidencia de la República a través del Ministerio Secretaría General de Gobierno, SEGEGOB, y se relaciona con la Subsecretaría de Telecomunicaciones respecto de las concesiones televisivas. Es parte del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA⁵), organismo sectorial, creado a partir de la promulgación de la Ley 19.981 de Fomento Audiovisual, inserto en el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, siendo su secretario ejecutivo el coordinador/a del Fondo de Fomento Audiovisual, dependiente de la Subsecretaría de las Culturas y las Artes.

El Fondo CNTV tiene su origen en la modificación del año 1992 a la Ley del Consejo Nacional de Televisión⁶ a través de la Ley n°19.131, a su vez la letra b) del artículo 12 fue modificada también por las Leyes N°20.750 y N°21.045, en virtud de las cuales el artículo llega a su texto vigente: donde se señala la creación de un fondo de recursos para *“Promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta (televisión de libre recepción)”*. El Fondo CNTV no tiene fecha de término y se le asigna anualmente por Ley de Presupuestos los recursos necesarios para su realización. La Ley N° 18.838 exige que los recursos sean asignados por medio de un concurso público en el que pueden participar concesionarias de televisión de libre recepción y empresas productoras independientes del país (Figueroa & Le-Bert, 2014).

El Departamento de Fomento del CNTV, es el encargado del desarrollo de programas de calidad⁷ y de alto nivel cultural⁸, que sean de interés⁹ nacional o regional del país. Este administra y ejecuta el Fondo-

¹ Ley que crea el Consejo Nacional de Televisión. “Habrá un Consejo Nacional de Televisión, autónomo y con personalidad jurídica, encargado de velar por el correcto funcionamiento de este medio de comunicación. Una ley de quórum calificado señalará la organización y demás funciones y atribuciones del referido Consejo.” (Ley 18.838, 1989).

² La Ley de Televisión Digital n°20.750 (promulgada el 22 de mayo de 2014), en lo que dice relación con la modificación a la Ley del Consejo Nacional de Televisión, plantea que “se entenderá por “correcto funcionamiento de estos servicios” (respecto a la televisión) “el permanente respeto, a través de su programación, de la democracia, la paz, el pluralismo, el desarrollo regional, el medio ambiente, la familia, la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud, los pueblos originarios, la dignidad humana y su expresión en la igualdad de derechos y trato entre hombres y mujeres, así como el de todos los derechos fundamentales reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales ratificados por Chile y que se encuentren vigentes”.

³ El panel desconoce el significado que los constitucionales le atribuyen al término fenómeno televisivo, sin embargo, si se extiende la comprensión de este al ámbito de la cultura se puede indicar lo siguiente, refiere a la manifestación material y simbólica que establecen los hombres y mujeres con el espacio televisivo, en tanto manifestación de su cultura.

⁴ Misión institucional establecida en las definiciones estratégicas de CNTV. Web CNTV.

⁵ Su objetivo es el desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como la investigación y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales

⁶ Ley N° 18.838, del año 1989.

⁷ Desarrollar programas de acuerdo a las características del art 12 b) de la ley 18.838.

CNTV¹⁰. La organización y gestión de este Fondo, se realiza a través de un concurso público anual de carácter nacional, con el que se asignan los recursos a empresas productoras independientes y/o canales de concesionarias de televisión de libre recepción. El mismo departamento se encarga del seguimiento, apoyo y supervisión de los programas ganadores de dicho fondo, en todas sus etapas hasta su emisión en la televisión abierta. (Figueroa & Le-Bert, 2014)

El programa aborda el siguiente problema *“escasa oferta de programación de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta (televisión de libre recepción)”*, con base a lo anterior, el objetivo del Fondo CNTV a nivel de Fin, es *“Contribuir, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura¹¹, a la preservación de la identidad¹² y su pluralidad¹³; al patrimonio¹⁴ y a los valores democráticos¹⁵ que sustentan nuestra sociedad”*. Para contribuir a dicho objetivo, se plantea el

⁸ En el presente Fondo, el concepto “alto nivel cultural” se describe de la siguiente manera: “entendiendo por tales aquellos en que los contenidos ayuden a aumentar el nivel de información, educación y formación del público” (CNTV. Bases del llamado a Concurso Público, para asignación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales, del año 2018, pag.2)

⁹ El concepto “interés” en la Ley, debe comprenderse en relación a la representación de la diversidad temática que se expresa en el territorio central y subnacional. A nivel operativo el interés manifiesto se puede medir mediante los indicadores de audiencia (por ej. Afinidad).

¹⁰ Cabe señalar que el nombre de este Fondo tiene variaciones, denominado Fondo de Apoyo a Programas Culturales en la Ley de Presupuestos y Fondo de Fomento a la Calidad en el documento de bases y llamado así en los concursos de los años 2010, 2011, 2012 y 2013 de CNTV. Las bases actuales indican el nombre Fondo-CNTV que corresponde al oficial que utiliza la institución.

¹¹ Se entenderá por Cultura, al conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 1982).

Convergen los factores que configuran los modos en que un individuo piensa, siente, cree y actúa dentro de la sociedad. Una construcción en la que participan los distintos individuos de un conjunto humano localizado territorialmente, que comunica sus fuentes de contenido simbólico a la generación que les sucede.

¹² Se entenderá por identidad desde el ámbito cultural, al fenómeno que se construye desde un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. “La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior” (Molano, 2007, pág. 73). En el caso del Fondo CNTV, la identidad a ser promovida refiere a aquella de alcance nacional, aunque se reconoce que “las identidades modernas eran territoriales y casi siempre monolingüísticas, por el contrario, las identidades posmodernas son transterritoriales y multilingüísticas, conformándose mucho más por la lógica del mercado y ya no por la del Estado”. (García Canclini). Recuérdese que es un concepto plurisémico.

¹³ Para efectos de esta ley, se entenderá por pluralismo el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género, siendo deber de los concesionarios y permisionarios de servicios de televisión, regulados por esta ley, la observancia de estos principios Ley 18838. A su vez, la palabra pluralidad deriva del latín *pluralita*, entre los sinónimos que se pueden emplear están la variedad, diversidad, colectividad o multitud. Por consiguiente, en este ámbito se entenderá por pluralidad a la generación y puesta al aire (TV) de contenidos que reflejen variedad de temáticas, múltiples expresiones culturales que hay un país o región y, con las que se identifica y construye la identidad de cada grupo social. En definitiva, la pluralidad contribuye a la democracia, en tanto aporta a la libertad de expresión, libertad de elección, igualdad de derecho, respeto, solidaridad, reconocimiento, entre otros. Permite tomar en cuenta a todas aquellas personas que forman parte de grupos minoritarios y que también deben ser escuchados. Recuérdese que es un concepto plurisémico.

¹⁴ El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales materiales e inmateriales que la historia le ha legado a una nación y a la humanidad, por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras (UNESCO, s/f). Desde la perspectiva del Fondo-CNTV, se visibiliza las diferentes manifestaciones del patrimonio: a) Patrimonio Natural (Reservas de la biósfera, Monumentos naturales y Parque nacionales), b) Patrimonio Cultural: i) Tangible Mueble (Manuscritos, Documentos, Artefactos Históricos, Colecciones científicas naturales, Obras de Arte y Artesanías) Tangible Mueble (Manuscritos, Documentos, Artefactos Históricos, Colecciones científicas naturales, Obras de Arte y Artesanías) ii) Tangible Inmueble (Monumentos, Sitios arqueológicos, Sitios históricos, Zonas típicas, Monumentos públicos, Monumentos artísticos, Centros industriales y iii) Intangible (Lenguaje, Costumbres, Religiones, Leyendas, Música, Fiestas y Celebraciones)

¹⁵ Los valores democráticos refieren al conjunto de valores éticos y sociales fundamentados en una serie de creencias, conductas, métodos, ideas y comprensión política. Asimismo, los principios de la democracia fomentan sus valores, el reconocimiento de una constitución, de la dignidad humana, la libertad de pensamiento y de expresión, la igualdad de derechos y deberes, la limitación y

siguiente Propósito: “Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad”. Este propósito se desarrolla a través de los siguientes componentes: Componente 1: programas “Programas financiados de técnica acción real”, con dos subcomponentes: i) “Ficción” y ii) “No Ficción”; Componente 2 “Programas financiados de técnica animación.”.

La escasa oferta de programación cultural afecta a toda la población del país, de esta forma, el programa define que la población potencial corresponde al número total de hogares¹⁶ de Chile. Dicha población tiene acceso a la televisión de libre recepción, (se asume que en la actualidad el acceso a la televisión de libre recepción es prácticamente universal) y se constituyen como destinatarios finales de los bienes y servicios que ofrece el programa. La población con acceso a la TV de libre recepción, tiene menores posibilidades de acceder a una parrilla televisiva pluralista en sus contenidos y de alto nivel cultural, en tanto no tiene acceso a la programación digital/cable. De acuerdo a los datos del Censo realizado en el año 2017, la población potencial del Programa Fondo CNTV asciende a 5,6 millones de hogares. La población objetivo es la misma que la población potencial, toda vez todos los hogares del país están afectados por la misma problemática de la baja oferta de contenidos en la televisión.

El Fondo CNTV financia la totalidad o parte¹⁷ del costo de producción¹⁸ de programas de televisión que se ajustan a la línea editorial del Consejo Nacional de Televisión. Los servicios que provee es el financiamiento de programas de televisión divididos en los dos componentes mencionados, según la técnica utilizada en la producción, acción real o animación. En el primer caso las obras audiovisuales se crean mediante la grabación directa de actores, personajes o elementos reales, recurriendo al rodaje tradicional en estudio o en exteriores. El segundo tipo de producción se refiere a las obras audiovisuales que se crean mediante la animación de dibujos, la animación en volumen de modelos o marionetas, y la animación por computadora de gráficos informáticos. El modelo de producción utilizado es el Concurso Público de Proyectos realizado anualmente para la asignación de los fondos del programa, concurso al cual pueden postular las productoras independientes y los canales de libre recepción, de televisión de cobertura nacional, regional y local. Estas entidades postulan sus proyectos en base a las normas y procedimientos establecidos en las bases de cada concurso anual. La selección final de los ganadores de

control del poder, entre otros. En el caso del Fondo-CNTV, se refiere a los valores consensuados en la Constitución y adoptados por la ciudadanía en tanto sistema de gobierno y modo de vida.

¹⁶ El hogar es un grupo de personas, parientes o no, que habitan la misma vivienda y tienen presupuesto de alimentación común o personas que viven solas.

¹⁷ Los proyectos pueden postular a ser financiados en formato total (excepto Línea Nuevas Temporadas) o parcial por el Fondo. Los canales de cobertura nacional que postulan sin Productora Independiente deberán aportar al menos el 30% del costo de producción del proyecto, es decir, solo podrán optar por un máximo de 70% de financiamiento. (CNTV. Bases del llamado a Concurso Público, para asignación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales, del año 2018, pag.9). Los postulantes deben indicar e incluir en el presupuesto, el financiamiento complementario (aporte) del que disponen. Dicho aporte puede ser propio o de terceros. “Los aportes propios son bienes, servicios y recursos financieros del postulante necesarios para la realización del proyecto y para alcanzar los objetivos planteados. Estos se entenderán comprometidos desde el momento que sean incluidos en la postulación. Aportes de terceros, bienes, servicios y recursos financieros de personas naturales o jurídicas distintas del postulante, necesarios para la realización del proyecto y para alcanzar los objetivos planteados. Estos se entenderán comprometidos desde el momento en que sean incluidos en la postulación”. (CNTV. Bases del llamado a Concurso Público, para asignación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales, del año 2018, pag.3) El Fondo tiene un tope de financiamiento por Proyectos, siendo un monto variable dependiendo del tipo de Proyecto, y de los fondos disponibles anualmente

¹⁸ En la etapa de promoción y difusión, los Proyectos que se presenten con la emisión ya comprometida, el Canal debe contemplar y aportar obligatoriamente su costo. No se puede pedir financiamiento al CNTV para estos efectos. Siempre que se presente este punto, opcional u obligatorio, se debe contemplar en el Presupuesto. Tampoco se financiará la transmedia del Proyecto. No pueden “concurrir y serán declarados no admisibles los [...] proyectos ya producidos que solo requieran postproducción o proyectos que consistan solo en la obtención de derechos que se basen en formatos o licencias, sean de origen extranjero o nacional”. (CNTV. Bases del llamado a Concurso Público, para asignación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales, del año 2018, pag.7)

los concursos la realiza el Honorable Consejo de CNTV¹⁹. Las etapas del concurso son las siguientes: i) preparación y publicación de base, ii) postulación y evaluación de los proyectos, iii) selección y adjudicación, iv) firma de contrato y transferencia de recursos, v) entrega de master²⁰ y emisión.

La primera adjudicación de recursos del Fondo fue en el año 1993 a 5 proyectos²¹, con un aumento progresivo en el tiempo de los recursos disponibles para su financiamiento. En la actualidad (2018) se han aprobado 16 proyectos²², destinando un presupuesto de M\$ 4.446.275 (pesos de 2019). A su vez, en el período de evaluación el número promedio de proyectos ha sido el siguiente: 373 no admisibles; 442 admisibles no ganadores, 74 admisibles ganadores. El número de proyectos postulados y en condiciones de lograr financiamiento ha fluctuado entre 166 en el año 2016 y 98 en el 2017. A través del mecanismo empleado por el CNTV, se postulan, financian, y desarrollan proyectos para que se transformen en programas que se emitan por televisión abierta.

El Fondo-CNTV es hoy el único subsidio del Estado para la producción de contenidos culturales en televisión con foco en la audiencia, se financia con aporte fiscal y también considera el cofinanciamiento de los proyectos (aporte²³ de los ganadores de los concursos), mediante aportes propios en bienes, servicios y recursos financieros (no siendo ésta una condición o requisito para la postulación, con excepción de los canales de televisión). Los postulantes, según las bases de concurso, pueden ser canales de televisión de señal abierta y productoras independientes de todas las regiones quienes, de resultar ganadores, son los responsables y encargados de realizar el programa de televisión premiado. Por su parte los canales de televisión abierta son los encargados de emitir los programas posteriormente, condición obligatoria en las bases de la postulación, exigida por la ley-para la obtención del Fondo-CNTV²⁴. Los horarios de emisión de los programas quedan establecidos en las bases del concurso de cada año, para cada línea concursable²⁵.

¹⁹ El Consejo se compone de once consejeros. Uno de estos, su Presidente, es de libre designación del Presidente de la República y permanece en el cargo hasta 30 días después del cese en el cargo del Primer Mandatario que lo nombró. Los otros diez Consejeros son designados por el Presidente de la República con acuerdo del Senado. Por mandato legal, el Jefe del Estado debe hacer la proposición cuidando que el Consejo quede integrado en forma pluralista. De la misma manera, la ley exige al Presidente del Consejo una idoneidad que garantice el debido pluralismo en el funcionamiento.

Los Consejeros deben ser personas de relevantes méritos personales y profesionales, apreciación que corresponde tanto al Presidente de la República como al Senado. Duran ocho años en el cargo y se renuevan por mitades cada cuatro años.

El Consejo tiene un Vicepresidente y un Secretario General, que son elegidos o removidos con el voto conforme de siete Consejeros en ejercicio. El primero subroga al Presidente en caso de ausencia o impedimento de éste y el segundo es el ministro de fe de las actuaciones del Consejo. (www-ctvn.cl)

²⁰ Un master de vídeo es una cinta magnética donde se han editado imágenes, diálogos, titulaciones, música y cualquier otro elemento audiovisual hasta conseguir un programa terminado (Ohanian, 1996). Por lo tanto es el primer ejemplar del trabajo que se desea crear y el de más calidad.

²¹ La unidad proyecto refiere a una obra audiovisual para TV, la misma puede ser un solo programa o una serie.

²² No se incluyen los 10 proyectos del concurso comunitario que no se asocian a la producción regular de los componentes del programa.

²³ En caso de ser seleccionado el proyecto, el postulante debe entregar respaldo de los aportes pecuniarios comprometidos ante notario. Si el proyecto postulado obtuvo otros fondos, nacionales o internacionales, públicos o privados, se incluyen en el presupuesto como aporte propio. El postulante debe también declarar en el presupuesto como aporte propio los gastos en que incurre por concepto de desarrollo del proyecto. En relación a los aportes no pecuniarios, éstos corresponden al uso de dependencias como locaciones, aportes que se valorizan y se incluyen en el presupuesto.

Estas entidades aportantes son financieristas que tienen interés en que el proyecto se realice

²⁴ La empresa productora que resulta ganadora del concurso debe presentar un Convenio de coproducción nacional entre ésta y un canal de televisión, en caso de tener la emisión comprometida por un canal, o un Convenio de Emisión, si no postuló con la emisión comprometida, documento que debe presentar dentro de los 60 días desde que se haga pública la adjudicación del concurso. Esta condición es parte de los requisitos para la postulación de proyectos, no es un aspecto de focalización.

²⁵ Las condiciones de emisión de los programas financiados por el Fondo CNTV, se establecen en las bases de postulación respectivas, y se definen por Líneas (tipos de producción) por ejemplo: Línea 1: Series históricas o Documentales Históricas Fricionados: horario de inicio de emisión entre 22.00 y 23.00hs; Línea 2: Ficción: horario inicio público adulto: 22.00 y 23.30hs, público juvenil: 16.00 y 23.00hs; Línea 3: No Ficción: 22.00 y 23.30hs, también pueden formar parte de las franjas culturales o de reportajes. Línea 4: Programas de procedencia regional: se establece con el canal regional, o si es canal nacional según la línea que corresponda. Nuevas temporadas de programas ya financiados por el Fondo: se emite de acuerdo al horario de la línea que corresponde. (Bases, 2019)

El concurso consta de tres etapas de evaluación: en una primera instancia se realiza la Admisibilidad; en una segunda instancia se desarrolla la Evaluación Técnico Financiera de los proyectos, y una vez finalizada ésta, se lleva a cabo la Evaluación de Contenido y Calidad Artística, con criterios establecidos en las bases. Para la ejecución de las etapas, el Consejo de CNTV, con base a un llamado a concurso público, determina una lista de expertos nacionales e internacionales para conformar paneles encargados de realizar las evaluaciones, previa propuesta del Departamento de Fomento. Es importante destacar que corresponde privativamente al H. Consejo asignar el Fondo-CNTV a los proyectos ganadores²⁶. Luego de la decisión del H. Consejo y la publicación del Acta correspondiente en el sitio web de CNTV, se informa mediante ceremonia de premiación a los ganadores del concurso y se comienza con el proceso de firma de contrato con el CNTV.

2. Caracterización y cuantificación de población potencial²⁷ y objetivo²⁸

La población potencial definida por el Fondo CNTV corresponde al número total de hogares del país, ya que todas las personas en Chile tienen el derecho de disponer de oferta de nivel cultural, pertinente a la historia y valores propios nacionales²⁹. Sobre la base de que el acceso a la televisión de libre recepción es prácticamente universal en todos los hogares, y que éstos cuentan con la misma oferta de programas de televisión, todos los hogares del país se enfrentan a una oferta homogénea y de bajo contenido cultural, según las normas y estándares del CNTV.

La población potencial se cuantifica en hogares, dado que todavía se comparten aparatos de televisión al interior de la vivienda, y por lo general el consumo de programas de televisión se realiza en conjunto con la familia³⁰. De esta forma, y de acuerdo a los datos del Censo realizado en el año 2017, la población potencial del Programa Fondo CNTV asciende a 5,6 millones de hogares.

La población objetivo es la misma que la población potencial, dado que todos los hogares del país están enfrentados al mismo problema de homogenización de la oferta televisiva y la baja oferta de programación cultural de carácter nacional³¹.

Cuadro 1: Población Potencial y Objetivo Período 2015-2018 – HOGARES			
Año	Población Potencial	Población Objetivo	Cobertura de Población Objetivo sobre la Potencial (%)

En relación a las condiciones de emisión, las mismas se cumplen, el seguimiento y autorización que emite el CNTV, permite que tal normativa sea aplicada.

²⁶ Los evaluadores/as analizan las propuestas según sus perfiles de especialidad, luego se revisan los proyectos en conjunto, con acompañamiento de los profesionales del CNTV, se establece una orden de prelación fundada, y luego el H Consejo del CNTV se pronuncia al respecto.

²⁷ Población potencial: corresponde a la población total que presenta la necesidad y/o problema que justifica el programa y por ende pudiera ser elegible para su atención.

²⁸ Población objetivo: población que el programa tiene considerado / planificado atender. Si el problema o solución que aborda el programa tiene relación con un bien público de alcance nacional o mayor, revisar la pertinencia de analizar en detalle la población potencial y objetivo.

²⁹ Artículo 1° de la Ley 18838 que Crea el Consejo Nacional de Televisión, donde se establece que el correcto funcionamiento de los servicios de televisión considera que se cautelen derechos y principios básicos de la cultura nacional, y el Artículo 12 b, donde se establece el programa Fondo CNTV y le asigna como función “Promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional o regional, así calificados por el Consejo Nacional de Televisión”.

³⁰ Esta costumbre está cambiando con el aumento del número de aparatos de televisión en las viviendas, y la multiplicación de las pantallas para la visualización de programas audiovisuales.

³¹ En este sentido, no se hace una distinción entre hogares que cuentan o no con TV de pago, ya que la oferta disponible en esos canales está afectada por la misma problemática.

Cuadro 1: Población Potencial y Objetivo Período 2015-2018 – HOGARES			
Año	Población Potencial	Población Objetivo	Cobertura de Población Objetivo sobre la Potencial (%)
2015	5.454.914	5.454.914	100%
2016	--	--	--
2017	5.651.637	5.651.637	100%
2018	--	--	--
% Variación 2015-2017	3,6%	3,6%	--
Fuente: Elaboración propia, Panel, 2019. Encuestas CASEN 2015 y 2017, INE Censo de Población 2017			

Se puede destacar que el programa ha modificado sus definiciones en el tiempo, ya que, en el año 2014, fecha de la última evaluación, la población objetivo definida por el Fondo CNTV era toda la población chilena en edad de ver televisión (mayor de 4 años), que contaba con acceso a Televisión Abierta³².

El Fondo CNTV dispone cuatro mil millones de pesos anualmente en la industria audiovisual, generando un importante incentivo a la producción de programas de televisión por parte de las productoras independientes y los canales de televisión, entidades que a su vez efectúan aportes importantes para la materialización de estos proyectos. Esta dinámica generada por el Fondo CNTV genera un efecto positivo en la industria audiovisual, dado que genera una demanda importante para la producción nacional de contenidos, permitiendo acceder con esta oferta en los canales de televisión.

De esta forma, el Fondo CNTV beneficia anualmente a un grupo de productoras audiovisuales, que, sin ser parte de la población objetivo, cuentan con financiamiento para la producción de contenidos audiovisuales, siendo importante destacar que, detrás del fomento a la producción de programas de televisión, está la generación de estos contenidos que contribuyen a la libertad de información, la diversidad de opinión y el pluralismo en los medios.

El número de productoras y canales de televisión que postularon proyectos en el período fluctuó entre 153 en el año 2017 y 224 en el año 2016, siendo beneficiadas entre el 7% y el 9% en el período. Las productoras y canales de televisión que postulan proyectos para su ejecución actúan como agentes intermediarios en la entrega de contenidos a la población potencial y población objetivo. Se las denomina “personas jurídicas habilitadas para postular proyectos”³³.

³² Este cambio se realizó para poder dar seguimiento al consumo en hogares con y sin TV de pago, exigencia DIPRES del año 2018 para la reformulación del programa, información que no se cuenta por persona.

³³ Las bases de los concursos presentan una definición de empresa productora independiente (no tiene que ver con el giro de la misma empresa): “Es la persona jurídica que, teniendo la capacidad profesional y técnica para producir programas de televisión con estándares profesionales, postula a la asignación de los recursos, sin ser concesionario de servicios de televisión de libre recepción ni pertenecer o trabajar exclusivamente para uno o más de ellos”.

Cuadro 2: Productoras Beneficiadas con Financiamiento para la Producción de Contenidos Audiovisuales 2015-2018			
Año	Productoras Postulantes	Productoras Beneficiadas	Cobertura de Productoras Postulantes respecto de las Beneficiadas (%)
2015	183	16	8,7%
2016	224	20	8,9%
2017	153	11	7,2%
2018	162	12	7,4%
<i>% Variación 2015-2018</i>	-16,4%	-31,3%	

Fuente: Elaboración propia, Panel, 2019. Base Concursos Fondo CNTV.

3. Antecedentes presupuestarios

El financiamiento del Fondo CNTV forma parte del presupuesto del Consejo Nacional de Televisión, con una asignación presupuestaria específica del subtítulo 24 Transferencias Corrientes, indicada en la Ley de Presupuestos como Fondo de Apoyo a Programas Culturales. Este financiamiento representó más del 50% del presupuesto total de esta institución en el período analizado.

En la glosa del presupuesto del programa, para todos los años, se especifica el monto de la asignación presupuestaria que la institución puede destinar para gastos de administración y gastos de personal específicos³⁴. Aparte de este financiamiento específico del programa para gastos de administración, el Consejo Nacional de Televisión realiza una asignación adicional de los subtítulos 21 y 22 del presupuesto institucional destinada a financiar principalmente gastos de personal.

Como ya se indicó, el financiamiento de los programas de televisión cuenta, además del financiamiento del Fondo CNTV, con aportes de las entidades adjudicatarias, aporte de terceros y de los canales de televisión que posteriormente emitirán estos programas.

De acuerdo a lo indicado, el presupuesto asignado al programa Fondo CNTV ascendió en el año 2015 a MM\$ 4.713 (pesos de 2019), manteniéndose de manera estable hasta el año 2018, pero disminuyendo a MM\$ 3.431 en el presupuesto del presente año 2019, lo que significó una disminución de 28% en el período. Esta disminución se produce en el marco del ajuste presupuestario a nivel nacional realizado en este año.

El cofinanciamiento de los proyectos es relevante, ya que incrementa la disponibilidad financiera del programa hasta los 8.683 millones de pesos en el año 2016 (pesos de 2019), representando un 83% del presupuesto disponible por el Fondo CNTV. Sin embargo, en el año 2018 tuvo una disminución significativa de 54% en relación al año 2015. Los aportes de los beneficiarios, propios y de terceros, se destinan únicamente al financiamiento de los costos de producción de los programas.

³⁴ Glosa 04 de la Ley de Presupuestos del año 2019.

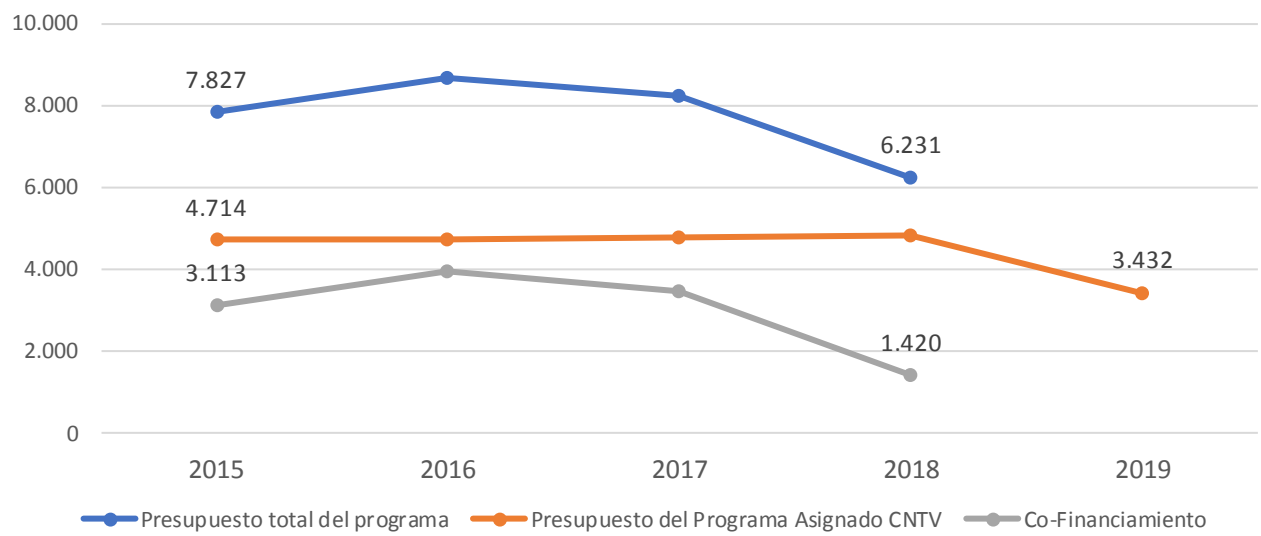
En relación a la participación del programa en el presupuesto del Consejo Nacional de Televisión, éste ha fluctuado entre 52% y 55%, disminuyendo a 42,8% en el año 2019 debido al ajuste presupuestario indicado.

Cuadro 3: Presupuesto total del programa 2015-2019 (miles de \$2019)				
Año	Presupuesto total del programa (incluye todas las fuentes de financiamiento)	Presupuesto del Programa proveniente de la Institución Responsable (a)	Presupuesto Total Institución Responsable Consejo Nacional de Televisión (b)	Participación del programa en el presupuesto total de la Institución Responsable (%) (a/b)
2015	7.826.510	4.713.682	8.524.721	55,3%
2016	8.683.471	4.739.422	8.771.486	54,0%
2017	8.256.912	4.773.565	8.917.455	53,5%
2018	6.231.406	4.811.887	9.262.113	52,0%
2019	3.431.864(*)	3.431.864	8.017.348	42,8%
% Variación 2015-2019	--	-27,2%	-6,0%	

Fuente: CNTV
 (*) El valor del año 2019 no refleja el valor total, esto porque no se consideran los aportes propios y de los canales de televisión, dado que el concurso 2019 no se ha implementado a la fecha.

A continuación, se presenta la trayectoria del presupuesto del Fondo CNTV según fuente de financiamiento, donde se aprecia una disminución independiente de la fuente de los recursos, marcando una caída mayor a partir de 2018.

Gráfico 1: Trayectoria del presupuesto del Fondo CNTV, según fuentes de financiamiento. MM\$ 2019



Fuente: Elaboración propia, Panel, 2019

II. EVALUACION DEL PROGRAMA

1. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

El problema que aborda el Fondo refiere a la *escasa oferta*³⁵ de programación³⁶ de alto nivel cultural³⁷, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta (televisión de libre recepción), ante lo cual el Estado asume la tarea de fomentar programas de televisión con estas características por su contribución a los principios establecidos en la Constitución y por la ausencia de producción similar desde el ámbito privado, dada la ausencia de incentivos propios para su desarrollo. Interesa destacar que la televisión sigue siendo considerada el principal medio de comunicación masivo, conservando un rol fundamental en la formación de la identidad, y de preservación de los valores y la cultura nacional. En Chile, el sistema televisivo se define como una industria de televisión abierta de orientación comercial, el financiamiento de los canales se realiza vía publicidad. El consumo de televisión abierta sigue siendo dominante: 88,5% ve canales abiertos y 64,6% dice que es lo que más frecuentemente ve. Los canales de TV abierta nacional usan sus propios sitios web para alojar contenidos y ofrecerlos vía streaming. De este modo, los contenidos quedan disponibles para su consumo en días y horas distintas al de su emisión original. (Ver Anexo 2.d, sobre la industria televisiva)

La evidencia indica que la oferta de programación cultural (según los requisitos del Fondo CNTV) de origen nacional, alcanza al 6% de la producción nacional (94%), (2018)³⁸, en la TV abierta. En relación a la oferta total de la pantalla anual, durante 2017, representaron menos del 1% de la programación disponible en los canales de televisión (CNTV, 2017, pág. 10). Sólo 0,5% de la programación total de la TV abierta es subsidiada por el Estado con el Fondo CNTV. (CNTV b. , 2018) (CNTV c. , 2018). Por ende, la oferta de alto nivel cultural, según las características que indica la Ley, solo es financiada por el Fondo CNTV. En

³⁵ La escasa oferta de programación según las características indicadas por el Fondo CNTV, refiere a la insuficiente producción de tales programas por la industria audiovisual nacional. El análisis sobre el consumo de la oferta se puede analizar mediante el People Meter (PM), dado que la audiencia que finalmente tienen los programas emitidos en la televisión se mide a través del People Meter. El PM es un dispositivo electrónico que registra el encendido y apagado de la televisión. Así como la sintonía de canales y demás frecuencias que lleguen al televisor de cada uno de los miembros del hogar. A través del audímetro, se mide: Quiénes están viendo TV: edades, GSE, sexo, TV Pago o Abierta y combinaciones. Qué se está viendo: parrilla completa de programas TV Abierta y totalidad de canales TV Pago Cuánto se está viendo: en tiempo de consumo, proporción y cantidades de individuos u hogares. La recolección de datos se hace en línea, minuto a minuto. 1 punto de rating significa que el 1% de las personas u hogares del universo sintonizaron en promedio un evento televisivo: así 1 punto de “rating total hogares” equivale a 17.000 hogares aprox. y 1 punto de “rating total personas” equivale a 70.000 personas aproximadamente.

A su vez los canales informan, al CNTV, mensualmente sobre la oferta cultural que emitirán, y el departamento de Fiscalización de CNTV indica si cumplen con la norma de contenido cultural.

³⁶ La programación de contenidos televisivos, consiste en la selección de los contenidos y programas a emitir en los distintos horarios y días de la semana, en función de la visión o línea editorial y de los intereses de los anunciantes. La elabora cada canal, de manera autónoma.

³⁷ Según el CNTV: no existe una escala que mida el nivel del contenido cultural. Cuando el Consejo evalúa contenido cultural la respuesta es binaria –sí o no- y no se realiza mediante un instrumento que ordena a los programas jerárquicamente. No obstante, el panel asume que el alto contenido cultural de la programación se enmarca en programas que “ofrezca reconocimiento y expresión a la diversidad cultural de que está hecho lo nacional, represente la pluralidad ideológico-política promueva una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales. Pues justamente por la fragmentación que introduce el mercado se hace necesaria una televisión que se dirija al conjunto de los ciudadanos de un país (...) [La televisión cultural], se asume a sí misma como un lugar decisivo en la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales dándose entonces como proyecto específico contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática, y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo” (Martín-Barbero, 2000. Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención) en (CNTV, 2014, pág. 2).

Por otro lado, según las Normas sobre la Transmisión de Programas Culturales, del Depto. de Fiscalización del CNTV, se entenderán como programas culturales aquellos que se refieren a los valores que emanan de las identidades multiculturales existentes en el país, así como los relativos a la formación cívica de las personas, los destinados al fortalecimiento de las identidades nacionales, regionales o locales, como fiestas o celebraciones costumbristas y aquellos destinados a promover el patrimonio universal y, en particular el patrimonio nacional.

³⁸ Fuente CNTV. Oferta de programación televisiva abierta de cobertura nacional 2018.

términos de presencia de este tipo de contenidos, el número es bajo en relación a la cantidad de horas de transmisión televisiva anual y a la oferta total. Por otro lado, la oferta de programación cultural, según la Normas sobre la Transmisión de Programas Culturales³⁹, representa un 6% de la programación total. En este sentido existe una baja presencia de programas que incluyan “valores que emanen de las identidades multiculturales existentes en el país, así como los relativos a la formación cívica de las personas, además de los destinados al fortalecimiento de las identidades nacionales, regionales o locales, como fiestas o celebraciones costumbristas y aquellos destinados a promover el patrimonio universal y, en particular, el patrimonio nacional”. Sin perjuicio de lo anterior, hay que tener presente que, el Fondo CNTV debe resguardar contenidos no solo referidos a programas de alto nivel cultural (según la Norma), sino que también a todos los otros contenidos que se describen en el art. 12b de la Ley 18.838.⁴⁰

El problema definido por el Fondo-CNTV significa que la ausencia de tales contenidos, priva a la población que habita en Chile, de programación de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta (televisión de libre recepción), impidiendo que la audiencia acceda a contenidos variados y de calidad, los cuales aportan a “la construcción de los imaginarios sociales y las identidades

³⁹ “Normas sobre la Transmisión de Programas Culturales” aprobadas por el H. Consejo Nacional de Televisión –modificadas por acuerdo de 14 de diciembre de 2015, del mismo órgano colegiado-, cuyo numeral 14 señala “Los representantes legales de concesionarios o permisionarios, o quienes se encuentren legalmente habilitados para subrogarlos, deberán informar por escrito al Consejo la programación cultural emitida, a más tardar el quinto día hábil del período siguiente al fiscalizado” los puntos principales de la norma son:

- (1º) *Contenido*: Se entenderán como programas culturales aquellos que se refieren a los valores que emanan de las identidades multiculturales existentes en el país, así como los relativos a la formación cívica de las personas, los destinados al fortalecimiento de las identidades nacionales, regionales o locales, como fiestas o celebraciones costumbristas y aquellos destinados a promover el patrimonio universal y, en particular, el patrimonio nacional.
- (2º) *Horas y horario de emisión*: Deberán transmitir a lo menos cuatro horas de programación cultural a la semana, dos de estas cuatro horas deberán transmitirse en horarios de alta audiencia. Las restantes horas obligatorias de programación podrá transmitirse en otros horarios.
- (3º) *Duración*: Para ser considerados en la medición, los programas deberán ser emitidos íntegramente en los horarios señalados anteriormente.
- (4º) *Microprogramas*: El mismo capítulo de un microprograma no podrá ser emitido el mismo día, para ser considerado en la medición cultural del canal. Esto no aplica a los programas de televisión de pago. Los microprogramas no podrán ser interrumpidos por avisos publicitarios ni contener imágenes promocionales.
- (4º) *Repetición*: El programa ya aceptado como cultural, podrá repetirse hasta tres veces en un plazo de un año, contado desde la primera emisión del referido programa. Esto no aplica a permisionarios de servicios limitados de televisión.

⁴⁰ Art 12, letra b) Promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad, así calificados por el mismo Consejo, sin perjuicio que para el financiamiento o subsidio de la programación cultural deberá ser escuchado, en forma previa, el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Anualmente, la Ley de Presupuestos del Sector Público contemplará los recursos necesarios, de acuerdo con lo establecido en la letra a) del artículo 32 de esta ley. Estos recursos deberán ser asignados por el Consejo, a) previo concurso público en el que podrán participar concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y productores independientes. En el caso de asignaciones a productores independientes, antes de la entrega de los recursos, el productor beneficiado deberá, dentro de los sesenta días siguientes a la resolución del concurso, acreditar que la transmisión del respectivo programa en las condiciones de horario y niveles de audiencia preceptuados en las bases está garantizada por una concesionaria de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción o permisionario de servicios limitados de televisión en los casos y formas previstos en dichas bases. Vencido dicho plazo sin que se acredite esta circunstancia, la asignación beneficiará al programa que haya obtenido el segundo lugar en el concurso público respectivo. Para estos efectos, el Consejo, al resolver el concurso, deberá dejar establecido el orden de preferencia. El Consejo Nacional de Televisión deberá establecer un sistema escalonado de beneficios, de manera de favorecer especialmente la difusión de la programación de concesionarios regionales, locales y locales de carácter comunitario.

El Consejo Nacional de Televisión deberá siempre velar por el cumplimiento de la ley N° 20.422 y su reglamento. En el caso que se emitan programas de acuerdo con el párrafo primero de esta letra b) los concesionarios y permisionarios deberán siempre incluir el correspondiente subtítulo oculto para ser visualizado especialmente por personas con discapacidad auditiva.

Las bases del concurso deberán contemplar las garantías que aseguren el cumplimiento de las obligaciones asumidas por el adjudicatario definitivo (Ley 18.838, 1989).

culturales, contribuyendo en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo” (Martín-Barbero, 2000).

Mediante el análisis de los siguientes ámbitos de la industria televisiva abierta, se puede comprender el problema que trata el Fondo CNTV.

i. Propiedad de la industria televisiva abierta

La propiedad de los canales abiertos, en la actualidad⁴¹, es primordialmente privada, con participación de holdings internacionales. Actualmente transmiten en Chile siete canales denominados “de alcance nacional”. Varios de ellos están controlados por propietarios extranjeros; en otros casos hay propiedad compartida

Cuadro 4: Controladores/operadores de canales de TV abierta de alcance nacional		
CANAL	CONTROLADOR / OPERADOR	ORIGEN
Telecanal	Alfa Tres S.A. (Grupo Albavisión)	EEUU
La Red	Compañía Chilena de TV S.A. (Grupo Albavisión)	EEUU
UCV TV	Corporación de TV de la PUCV – 10%	CL
	Media 23 SpA (The Walt Disney Company) – 90%	EEUU
TVN	Estado de Chile	CL
MEGA	Red Televisiva Megavisión S.A. (Grupo Bethia) – 72,5%	CL
	Discovery Communications, Inc. - 27,5%	EEUU
Chilevisión	Turner Broadcasting System, Inc. (Grupo Time Warner)	EEUU
CANAL 13	Inversiones TV medios Ltda. (Grupo Luksic)	CL

Fuente: (CNTV, 2018) Situación económico financiera de la industria televisiva abierta.

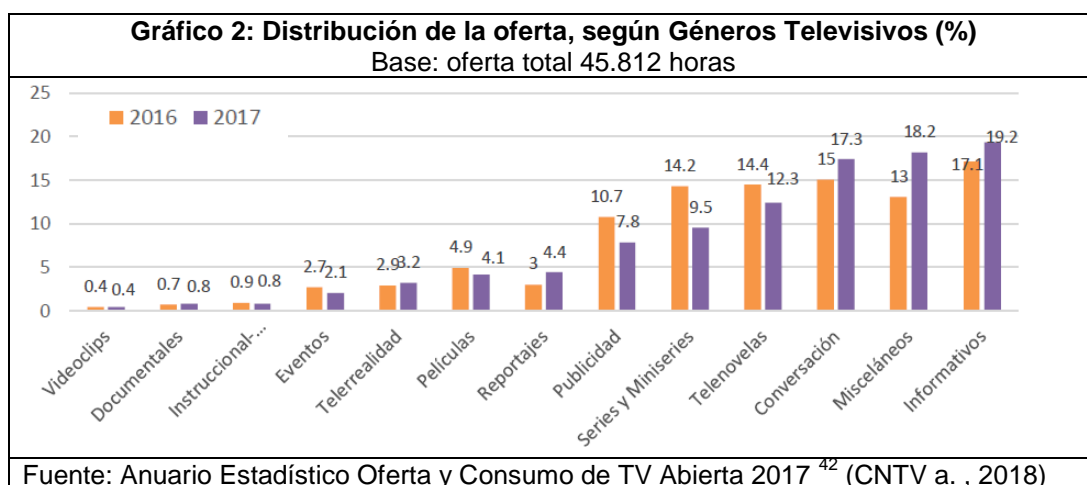
ii. Oferta de programación

La oferta de la programación televisiva, se la describe según: a) su origen (nacional o extranjera); b) la procedencia de los géneros televisivos; c) géneros; y d) contenidos.

a) Oferta televisiva según su procedencia nacional o extranjera:

No obstante, lo señalado en el apartado anterior, en especial para el año 2017, la procedencia de los programas es básicamente nacional, con un 75,5%, comparada a un 63,2% para el año 2016. Este aumento, de programación nacional durante el año, 2017 se debe a las extensas coberturas de hechos noticiosos como: i) los incendios en la zona central del país, ii) a las elecciones presidenciales y parlamentarias, iii), programas políticos de debates que, en los distintos canales, se emitieron antes de los tres momentos eleccionarios ocurridos durante el año (CNTV a. , 2018, pág. 20). Por consiguiente, la oferta programática puede generar más contenidos nacionales, en tanto existen acontecimientos noticiosos que así lo ameriten, como se puede apreciar en la siguiente gráfica. Ello no significa que se amplíe la producción en otros géneros, ni que refiera a alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.

⁴¹ En su origen, el año 1957, la televisión tenía carácter público-universitario: sólo el Estado y las universidades podían tener una concesión. La Universidad de Chile tiene 27 frecuencias en concesión, que arrienda a terceros, pero no tiene ningún canal.



b) Oferta televisiva de los géneros⁴³, según su procedencia:

⁴² Descripción del estudio: Tipo de metodología Cuantitativa. Unidad de observación Oferta programática y consumo televisivo de los seis canales de libre recepción y cobertura nacional adscritos al sistema 'People Meter': La Red, Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Valparaíso –UCVTV-, Televisión Nacional de Chile –TVN-, Mega, Chilevisión y Canal 13. Unidad de análisis Tiempo total en horas de oferta programática -45.812 horas- y consumo televisivo - 813 horas promedio por persona-, durante 2017. Fuente de información Kantar IBOPE Media (People Meter / TV Data) Target: hogares (muestra: 648) y personas (muestra: 2.086 personas)

⁴³ Según el CNTV, para identificar los géneros y subgéneros, se establece como criterio el del formato, desechándose otros tales como contenido, publico objetivo o procedencia del programa. El formato, refiere a la estructura/arquetipo, característica y sello de un programa, es la estructura básica de un programa que produce o da forma a la identidad de los géneros y subgéneros, sobre la base de convenciones originadas en la industria televisiva y adoptada por las audiencias. Se establecen 14 géneros:

1. Continuidad, son espacios que asumen la función de otorgar homogeneidad y vincular un programa con el siguiente, dando una apariencia ininterrumpida a la transmisión.

2. Conversación, es un espacio de dialogo en el que participan varias personas exponiendo sus enfoques o puntos de vista en torno a uno o varios temas

3. Documentales, documento o registro que tienen un origen cinematográfico que da cuenta de un momento situación o hecho donde, generalmente, lo más relevante es el punto de vista del autor. No necesariamente es contingente. Su temática es íntima, particular o social.

4. Eventos, consiste en la cobertura y transmisión de un acontecimiento especial que se desarrolla en un tiempo determinado, independiente de que sea en directo o en diferido.

5. Informativos, producciones de actualidad que buscan el mayor grado de acercamiento a los hechos noticiosos. Incluye estrategias diversas para acercar a la audiencia a la contingencia

6. Instruccional – Formativo, son programas cuyo objetivo central es educar o transmitir algún tipo de conocimiento. Pueden ser expositivos o interactivos y no necesariamente reproducen el formato de la sala de clases. Estos espacios no tienen como fin la entretención, pero ello no obstaculiza su uso con propósitos educativos

7. Misceláneos, son programas contenedores de formato flexible en los cuales se presentan diversas secciones, con números artísticos, concursos, coreografías, entrevistas, sketches, etc., donde lo central es la entretención. Son conducidos por presentadores estables, que dan unidad a las diferentes secciones del programa en las cuales se van mezclando temas y formatos.

8. Películas, son producciones cinematográficas de carácter ficcional, que pueden versar sobre cualquier contenido narrado en un formato básico de acción, drama o comedia y que pueden estar destinadas para salas de cine, video o televisión. Algunas producciones son realizadas particularmente para la televisión. Pueden dividirse en clase A o B, según el costo de producción, así como también existe una categorización según tiempo de duración (largometraje, cortometraje y nanometraje)

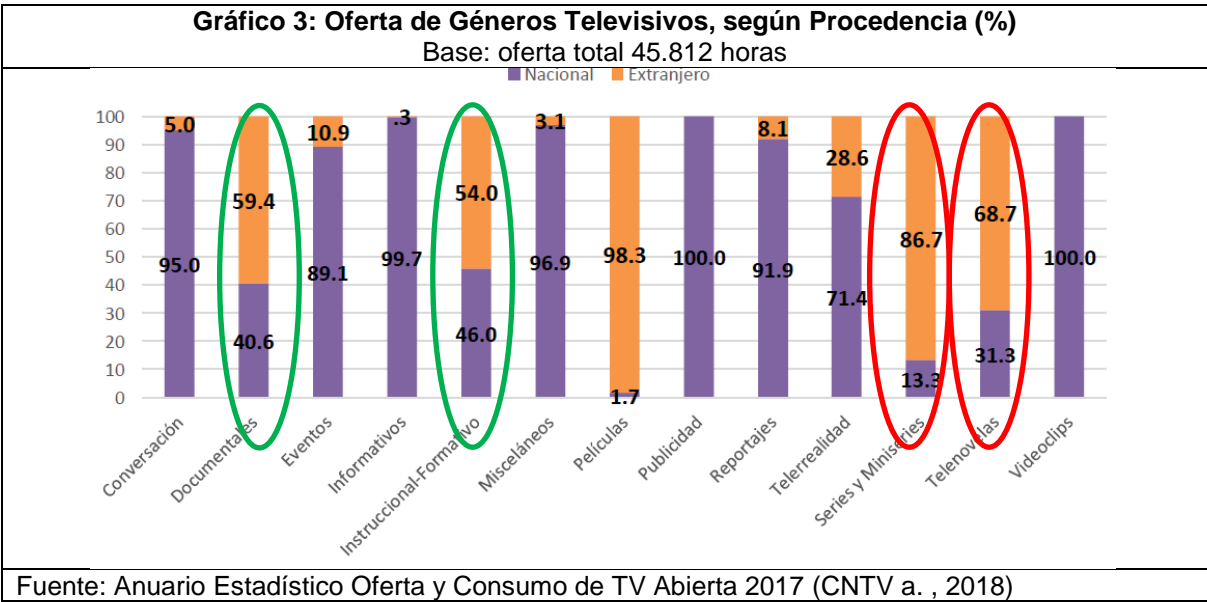
9. Publicidad, se trata de anuncios que presentan mensajes destinados a promover o dar a conocer un producto o servicio, o bien se dirigen a la comunidad con el objeto de modificar conductas, difundir valores, dar información de utilidad pública, estimular la movilización solidaria, etc.

10. Reportajes, consiste en la narración de sucesos o noticias, que pueden ser de actualidad o no. En este género se explican acontecimientos de interés público, con palabras e imágenes, desde una perspectiva actual. EL reportaje, centra la mirada en un aspecto del quehacer social, adoptando un punto de vista del realizador o canal.

11. Series y Miniseries, son espacios episódicos que se caracterizan por presentar un protagonista o un grupo de protagonistas que dan ilación y conexión a las distintas historias, manteniendo cada una de ellas una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran.

Si se analizan los géneros televisivos de acuerdo a su procedencia (nacional o extranjero), “aquellos con mayor oferta, tales como informativos, conversación y misceláneos son –preponderantemente-, de producción nacional. Las telenovelas y series (y miniseries) en cambio, son mayoritariamente extranjeras. Si bien siguen existiendo producciones nacionales, estas ofertas en algunos canales son básicamente producciones internacionales, como es el caso de las telenovelas turcas que han tenido auge, así como las series religiosas producidas en Brasil, que también han impactado en la oferta de este género en la pantalla abierta”. Cabe destacar que en el año 2017, no se emitió prácticamente ninguna película chilena durante el primer semestre, con la única excepción de *Sin Filtro*, que se transmitió por TVN, a diferencia del segundo semestre en el que se observa una mayor presencia de películas nacionales, principalmente a través de las pantallas de TVN. (CNTV a. , 2018, pág. 14).

Ahora bien, en términos generales, cabe resaltar que los géneros vinculados a temáticas culturales, por ej. Documentales, e Instruccional/Formativo, emitidos en la TV abierta, son generados en el extranjero (59,4% y 54% respectivamente). Por otro lado, la procedencia de los géneros televisivos de alta audiencia se ubica en el extranjero (telenovelas, series). Ambas condiciones, no permiten reflejar la identidad y el interés nacional, regional, local o comunitario; que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad que habita en Chile. Los géneros que se producen en Chile son: conversación (95%), eventos (89,1%), informativos (99,7%), publicidad (100%), reportajes (91,9%), telerrealidad (71,4%) y videoclips (100%), no calificando como oferta de alto nivel cultral, según lo indicado en el art. 12 b) de la Ley N°18.838.



c) Oferta televisiva, según géneros:

- 12. Telenovelas, es una narración melodramática, cuyo núcleo central son los conflictos en las relaciones humanas, ya sean sentimentales, familiares, sociales y de poder. Se desarrollan en una sola temporada, con una exhibición diaria
- 13. Telerrealidad, presenta como elemento central la exposición de las vivencias de personas o grupos de personas en distintas situaciones, con el propósito de exponer a los individuos, sus emociones y conflictos. Se exhiben historias personales y relaciones sociales, en una estructura determinada por la producción del programa
- 14. Videoclips, se trata de la creación de una especie de micro-representación cinematográfica, sobre la base de una pieza musical (CNTV, 2010).

La oferta de los canales de TV abierta se homogeneiza. Cuatro géneros televisivos (informativos, telenovelas, misceláneos y conversación) concentran 67% de la pantalla⁴⁴. (CNTV c. , 2018).

Si bien no se dispone de estudios específicos sobre el porcentaje adecuado que asegure una parrilla programática diversa, en relación a los géneros que se ofrecen en pantalla, sí existe consenso sobre la necesidad de no concentrar la programación en los cuatro géneros mencionados⁴⁵ e incluir un mayor porcentaje de Documentales e Instruccionales, al menos.

d) Oferta televisiva, según contenidos⁴⁶:

La diversidad de contenidos aporta a la pluralidad, sin embargo, de acuerdo al siguiente gráfico, se evidencia que el 74,5% de la programación corresponde a contenidos que buscan entretener a las audiencias, mientras que el 25,5% restante atiende a contenidos⁴⁷ con implicancia social. Gran parte de los programas con contenidos de implicancia social (25,5%) está representada por programas de discusión de la contingencia (74,5%), afectando la variabilidad de la categoría (contenidos con implicancia social) en la parrilla⁴⁸ programática de la TV abierta en Chile.

⁴⁴ Esto ocurre aún tras cuadruplicar la exigencia de emisión cultural, de 1 a 4 horas semanales, a partir de 2014.

⁴⁵ Por ejemplo, para José García Avilés, analista de medios y profesor de Periodismo en la Universidad Miguel Hernández de Elche, España, (2013), es imprescindible “Potenciar la creación de espacios distintos a la telebasura, dedicados a la cultura y a la educación, en todas las cadenas, en especial las públicas. Si no hay una oferta diferente, los espectadores tampoco tendrán otras opciones”. Asimismo, “un equipo de investigación liderado por la empresa nacional de televisión pública japonesa (NHK) realizó un análisis comparativo de la oferta de las televisiones en cinco países. Este estudio establece el grado de diversidad más alto en Gran Bretaña, seguida por Suecia, Japón y Canadá, y Estados Unidos con el grado inferior. Este análisis señala que la frecuencia del género dramático actúa como contrapeso de la diversidad; donde el género dramático es más escaso, como Inglaterra y Japón, la diversidad es alta; en Estados Unidos, donde su frecuencia es mayor, la diversidad disminuye. En general se encontró menos diversidad en los horarios de mayor audiencia, salvo en Suecia, donde no existen diferencias significativas entre los horarios estelares y los del resto del día”. Ref: José García A. (2011) Calidad y diversidad en la programación televisiva, España.

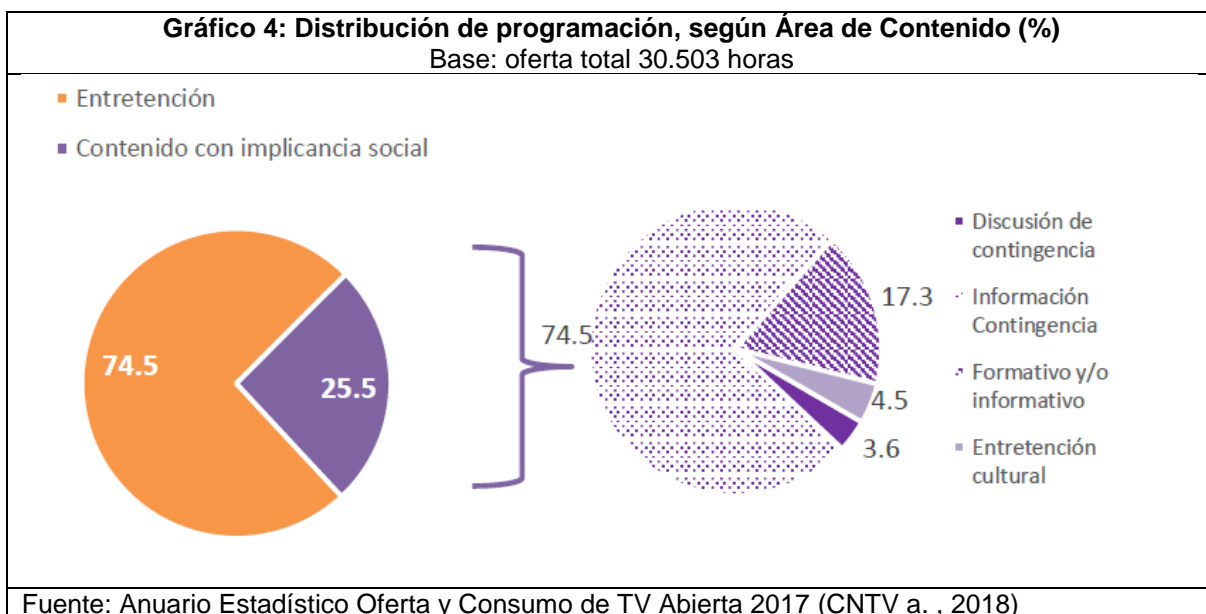
⁴⁶ Según la clasificación de Géneros televisivos realizada por el CNTV (2010) el criterio “contenidos” se aplica para describir los temas centrales que tratan algunos géneros: Conversación, Documentales, Eventos, Instruccionales – Formativo, Misceláneos, Reportajes, Otros Informativos, Películas, Series y miniseries. Los contenidos son los siguientes: Artístico-Cultural, Científico, Conmemorativo, Deportivo, Histórico, Político, Religioso, Sexualidad, Vida Natural, Vida Social, Solidaridad, Farándula, Otros.

A efectos de la presente evaluación se asume la clasificación siguiente: los tipos de contenido, se clasifican en: i) entretención que busca –fundamentalmente- gratificar, divertir y relajar a la audiencia a través de la ficción y no ficción., y ii) de implicancia social, que propone informar y entregar distintas opiniones, a través de programas de actualidad o educativo-culturales, los que buscan el desarrollo de la audiencia en distintos aspectos, así como la conformación de la opinión pública, incluida la entretención cultural. (CNTV a. , 2018)

⁴⁷ El área de contenido con implicancia social se sub-divide en cuatro categorías: información de contingencia, que agrupa a los noticiarios; contenido formativo e informativo, que se compone básicamente de Reportajes y Documentales que cumplen con contenidos culturales y educativos como Zoomate (CHV), Plaza Sésamo (La Red) o Nuestro Ambiente (UCV TV); entretención cultural, que agrupa principalmente la ficción con contenido cultural como, por ejemplo, la película Violeta se fue a los cielos (CHV) y otros programas cuyo objetivo principal es entretener, pero cuyos contenidos se enmarcan dentro de lo definido como cultural, como por ejemplo, Chile Suena (UCV TV), La Odisea (TVN) o el programa de reportaje Selección Nacional (MEGA); y discusión de contingencia, tales como El Informante (TVN), Tolerancia Cero (CHV) o En Buen Chileno (Canal 13) (CNTV a. , 2018, pág. 20).

⁴⁸ La programación de contenidos televisivos, la elabora cada canal, se expresan en una parrilla de programación, que es la disposición en el tiempo de los programas de un canal de televisión. Indica la hora de comienzo y fin de cada programa a lo largo del día. Los programas típicamente se repiten cada semana, por lo que una parrilla suele definirse semanalmente. La parrilla de programación contiene aquellos programas que tienen un tiempo pactado de emisión. Según el tipo de proyecto audiovisual, en la parrilla, se puede encontrar lo siguiente:

- Series de televisión: El tiempo pactado que una serie permanece en emisión en la parrilla, se clasifica en: i) Capítulos: Es la división en fragmentos de duración determinada (generalmente de 50min) que constituye este tipo de productos. ii) Temporadas: Es la agrupación total de los capítulos. Su duración suele ser de un año televisivo (constituido de 23 capítulos por temporada, generalmente).
- Películas: Generalmente suelen ser películas ya estrenadas con anterioridad en el cine, aunque no siempre es así, pues podemos encontrar (rara vez) películas de emisión solo en televisión. En este caso estaríamos hablando de las “TV-movies” o “miniseries”. Las miniseries, son aquellos productos audiovisuales que se producen con una duración más corta de lo normal (120 min, aprox.) y que se suelen emitir en dos, o incluso tres partes, clasificándolos como capítulos.
- Programas: Referidos generalmente a programas de entretenimiento o programas del corazón.



iii. Consumo de la programación

El consumo de programación se mide a través de un audímetro, el People Meter ⁴⁹ ubicado en una muestra ⁵⁰ los hogares del país. A continuación, se dará cuenta de la primera medición que corresponde al encendido de la TV (abierta y digital), a fin de conocer la tendencia en relación al uso de un medio u otro. El encendido de la TV abierta ha disminuido desde 2011 hasta la fecha. En el caso de la TV abierta, esta disminución ha significado la pérdida de casi 6 puntos de audiencia, equivalentes a 136.549 hogares. La

- Informativos: Son boletines noticiarios que aparecen periódicamente, donde se emiten noticias de interés público. Normalmente se les clasifica en cuatro horarios: de mañana (entre las 6 y 12 horas); de tarde (12 a 18 horas), central (de 18 a 22 horas) y de traspase (de 22 a 2 horas).

La parrilla audiovisual suele tener un horario de emisión clave, denominado estelar o en inglés "prime-time", que es el de mayor audiencia. Según el medio, ese horario estelar varía. En televisión abierta, lo más habitual es que el horario estelar se defina de noche, aproximadamente de 18 a 0 horas, tras la jornada laboral. Las cadenas colocan su programación más importante en ese horario para obtener la mayor audiencia.

En el caso de la aplicación de la norma de emisión de programas de contenido cultural se indican dos bloques horarios, de 9 a 18,30 hs. y de 18,30 a 24hs, estimándose un mínimo de 4 horas semanales de transmisión.

⁴⁹Es un dispositivo electrónico que registra el encendido y apagado de la televisión. Así como la sintonía de canales y demás frecuencias que lleguen al televisor de cada uno de los miembros del hogar.

El audímetro detecta: quiénes están viendo TV: edades, GSE, sexo, TV Pago o Abierta y combinaciones. ; qué se está viendo: parrilla completa de programas TV Abierta y totalidad de canales TV Pago; cuánto se está viendo: en tiempo de consumo, proporción y cantidades de individuos u hogares. La recolección de datos se hace en línea, minuto a minuto

⁵⁰ Se establece mediante un muestreo, definido por la empresa Katar. La muestra panel en la que se instala en cada hogar, el audímetro deriva de una muestra maestra establecida por el la Encuesta del "Establishment Survey" ejecuta por la misma empresa. Características de la Establishment Survey: i) Se aplica un cuestionario que incluye información detallada sobre el área de medición: características sociodemográficas de la población, información acerca de penetración de tecnologías, y características de los equipos de televisión de los hogares ii) Encuesta que se realiza a más de 4.600 personas a nivel nacional, iii) Cara a cara, iv) Probabilística, v) Tasa de respuesta sobre 80%, La muestra operativa será el grupo de hogares seleccionados del total de la población que se utilizará para representar al universo. En estos hogares los "People Meters" serán instalados, a partir de procedimientos estandarizados a nivel internacional. Se miden personas de 4 a más años. No se mide el GSE E. El propósito de Establishment Survey, provee información para lograr los siguientes objetivos: i) Proporcionar las estimaciones de los universos para las variables de estratificación People Meter; ii) Generar las proporciones para el balance muestral del panel estudio ; iii) Construir la muestra maestra del Estudio para que proporcione los hogares que se integrarán a la muestra panel del mismo. iv) Medir las variables de bienes y servicios con especial énfasis en el equipamiento comunicacional y calidad de señales de los servicios de TV (abierta y pagada). v) Constituirse en la fuente de datos para el proceso de clasificación del GSE.

televisión pagada, en tanto, incrementa su participación de televisores encendidos desde 11,4 puntos a 14,3.

Ahora bien, si se observa el uso de los diferentes medios, según nivel socioeconómico, las personas siguen viendo TV en familia, TV abierta, y en especial los sectores medios y bajos (87%) y las personas de la tercera edad (77%) (CNTV, 2018⁵¹)

Sobre el tipo de consumo, se debe señalar la concentración de la audiencia en programas con lógica comercial⁵². El vínculo permanente entre los contenidos comercialmente rentables y audiencias masivas, causa la concentración del consumo televisivo en 4 géneros desde el 2010: informativos, telenovelas, misceláneos y conversación. Esta distribución replica la concentración de la oferta en estos mismos 4 géneros, con presencia marginal de programación cultural e infantil (CNTV a. , 2018).

Sobre la satisfacción de los auditores en relación a la TV abierta, ha ido en aumento el nivel de insatisfacción, donde en el año 2011 la satisfacción (muy y bastante satisfecho) correspondía al 33% y en el 2017, corresponde al 41%. Y a su vez, los motivos de insatisfacción corresponden a la poca variedad de programas o a la repetición de estos (40%).

Finalmente, en la valoración de los consumidores de programación televisiva financiada por el Fondo CNTV y exhibidos durante 2016, presentan evaluaciones muy buenas y excelentes –notas 6 y 7- en su gran mayoría, abarcando un 73% de las mismas (CNTV, 2017, pág. 13). Al evaluar las características de un programa cultural, el 73% destaca que los espacios culturales aportan reflexiones en torno a hechos sociales y así contribuyen a la formación de los ciudadanos. el 59% señala que estos programas visibilizan la diversidad cultural del país. Se evidencia de este modo, que, los chilenos y chilenas identifican los atributos que se indican en el artículo 12, b, de la Ley N°18838, acerca de los contenidos financiados por el CNTV (CNTV, 2017, pág. 13).

Por otro lado, los consumidores, se expresan sobre el funcionamiento de la TV, valorizando la existencia de un organismo público que promueva y custodie desde la formación de los niños, niñas y jóvenes, hasta la regulación de contenidos televisivos (70% de acuerdo).

iv. Inversión publicitaria

La inversión publicitaria en la actualidad es la fuente de ingresos⁵³ de los canales, que financian la programación y todos sus gastos, y por ende, pasa a constituir el criterio para definir la parrilla programática a emitir y a producir. El gasto total en publicidad, como proporción del PIB, ha venido cayendo durante los últimos años, especialmente entre 2013 y 2014, año en que se ubicó debajo de 0,5%. La inversión publicitaria total ha estado relativamente estancada desde 2015. Durante 2017, el monto en publicidad a repartir entre los distintos medios fue de 1.233 millones de dólares. (CNTV, 2018, con base en: ACHAP 2018, Banco Mundial y Banco Central 2017).

⁵¹ Ver: Kantar Ibope Media 2018.

⁵² Refiere a programas financiados por el mercado/publicidad.

⁵³ “Los contenidos de TV dependen de industria publicitaria, que favorece programación probada en el extranjero, restringiendo la oferta cultural nacional. El financiamiento total de TV abierta deriva de la publicidad. Durante 2017 la TV abierta recibió una inversión publicitaria de MMUS\$ 436 Fuente: Informe de Inversión Publicitaria, ACHAP-, (versus MMUS\$ 6,5 del Fondo CNTV, único financiamiento Estatal para la producción de programas de TV cultural nacional.)” (CNTV c. , 2018)

La proporción de ingresos publicitarios de la TV abierta ha ido bajando constantemente, desde 44,1% en 2007 a 35,4%, 2017. La publicidad online, en tanto, ha crecido desde 1,5% a casi 20%⁵⁴. Si bien la TV abierta continúa siendo el soporte que más dinero recibe por publicidad, su proporción ha venido disminuyendo sostenidamente durante los últimos años, lo anterior genera el problema sobre el financiamiento de la TV abierta.

El financiamiento publicitario, si bien permite contar con televisión gratuita para las audiencias, produce que los canales deban preocuparse en primer lugar por satisfacer las necesidades de los avisadores. Una industria con este modelo de financiamiento puede desincentivar la innovación, favoreciendo la tendencia a los programas y géneros televisivos que probadamente han logrado audiencias masivas.

v. Situación financiera de la TV abierta.

Según, el CNTV, 2018, con base en el Diario Financiero, durante 2017 la industria de la televisión abierta, en su conjunto, tuvo pérdidas por US\$ 25,8 millones, un 26% más que el año anterior.

De los 7 canales, el único que tuvo utilidades fue Mega, con US\$8,7 millones. TVN perdió US\$14 millones, CHV US\$12,5 millones, La Red perdió US\$ 7,5 millones. Los gastos de operación de los canales (incluyendo sueldos) se incrementaron un 6%, a un total de US\$296 millones. Solamente Chilevisión logró reducir sus gastos durante el período.

El modelo de negocios de la TV abierta consiste en lograr audiencias muy masivas que interesen a los avisadores y justifiquen esta inversión. Si bien existen canales de TV abierta que logran viabilidad financiera a pesar de sus audiencias reducidas, se trata de canales con costos de producción muy bajos. Por ejemplo, TV+ tiene cifras azules a pesar de los bajos ratings, lo que se logra sobre la base de una combinación entre contenido extranjero envasado y contenido nacional de conversación, además de programas del Fondo CNTV. Un canal de alta audiencia como Canal 13 –considerado entre los 4 grandes– logró revertir pérdidas, concesionando la elaboración de sus contenidos a una productora extranjera. En ambos casos se mantiene una constante: el modelo de financiamiento de la TV abierta desincentiva la innovación y el riesgo que implican la producción de contenidos “*de alto nivel cultural*”⁵⁵, *de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta (televisión de libre recepción)*” El problema, por lo tanto, no es la “lógica comercial” en abstracto, sino la lógica comercial de la TV abierta.

En relación a la intervención del Estado, la misma se justifica por los siguientes motivos:

⁵⁴ Los medios “tradicionales” también participan de los ingresos de la publicidad online, en alguna medida, cuando tienen portales de Internet.

⁵⁵ Según el CNTV, alto Nivel Cultural: no existe una escala que mida el nivel del contenido cultural. Cuando el Consejo evalúa contenido cultural la respuesta es binaria –sí o no– y no se realiza mediante un instrumento que ordena a los programas de más a menos. No obstante, el panel asume que el alto contenido cultural de la programación se enmarca en programas que “ofrezca reconocimiento y expresión a la diversidad cultural de que está hecho lo nacional, represente la pluralidad ideológico-política promueva una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales. Pues justamente por la fragmentación que introduce el mercado se hace necesaria una televisión que se dirija al conjunto de los ciudadanos de un país (...) [La televisión cultural], se asume a sí misma como un lugar decisivo en la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales dándose entonces como proyecto específico contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática, y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo” (Martín-Barbero, 2000 en (CNTV, 2014, pág. 2).

Por otro lado, según las Normas sobre la Transmisión de Programas Culturales, del Depto. de Fiscalización del CNTV, se entenderán como programas culturales aquellos que se refieren a los valores que emanan de las identidades multiculturales existentes en el país, así como los relativos a la formación cívica de las personas, los destinados al fortalecimiento de las identidades nacionales, regionales o locales, como fiestas o celebraciones costumbristas y aquellos destinados a promover el patrimonio universal y, en particular el patrimonio nacional.

- i. La dimensión cultural en los contenidos de la televisión abierta, constituyen un bien público de alto impacto social, que se presenta en rivalidad con la televisión comercial, y que, por tanto, requiere esfuerzos públicos para su producción y difusión. Lo anterior refiere a una falla de mercado (mercados no competitivos), donde el cálculo de los costos y beneficios para la producción de contenidos no es atractivo para los canales de TV abierta. Recuérdese que la producción televisiva abierta se financia mediante criterios comerciales⁵⁶, los que no aplican para la televisión cultural y/o de calidad. La falla de mercado aludida corresponde a la establecida desde la oferta de servicios, en tanto la oferta televisiva actual no es un reflejo de la disposición a pagar de los “clientes” de los canales.
- ii. El Estado es el garante de la expresión de la pluralidad de la sociedad, en la televisión, como lo determina la Ley N°18.838 art.12b, situación que está pendiente en la actualidad. La TV abierta es uno de los mayores soportes de distribución de bienes culturales en el país y tiene un alto consumo, alcance y cobertura. El sistema televisivo chileno es comercial, con lo que supedita los contenidos a intereses de los avisadores y homogeniza la pantalla.
- iii. La población que no tiene medios para acceder a TV de pago u otras alternativas de acceso a contenidos, ve mermada su capacidad de disfrute de los bienes culturales televisivos. Esta población⁵⁷ es, a la vez, la que más consume TV abierta, y por ende proveer de dichos contenidos pasa a ser de interés de la política pública.
- iv. La televisión abierta es un espacio público de/para los chilenos/as, allí se ejerce un rol social, ya que es la principal fuente de información, donde se vierten opiniones y se representa el acontecer nacional, se debaten los temas de mayor interés social, político y económico. Por ende, el Estado no puede estar ajeno a la construcción de dicho espacio público.
- v. La audiencia demanda que el Estado cumpla su rol en relación a este espacio público⁵⁸. (ver análisis de causas –consumo-).

Institucionalidad CNTV

El Fondo CNTV, se aloja en el Consejo Nacional de Televisión, según la normativa vigente. Frente a las inquietudes sobre ¿Cuál es el lugar institucional adecuado para su desarrollo? O si ¿debería trasladarse al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio? el Panel, de acuerdo al análisis global realizado, sobre el diseño y desempeño del Fondo CNTV, puede afirmar:

El Fondo CNTV, para cumplir su finalidad, requiere estar inserto en una institución de *alto nivel de especialización*⁵⁹ y *autonomía*⁶⁰, que permita garantizar al acceso masivo, gratuito y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad.

⁵⁶ Fuente: (Figuerola & Le-Bert, 2014) En la actualidad, esta rivalidad puede ser ejemplificada a través de una cita del investigador Luis Breull: “Como los encendidos de la TV abierta van en descenso (lo que perjudica la mantención de auspiciadores), cada canal tiende a afirmar su propia parrilla en los espacios de conversación en vivo, en sus magazines o en sus noticieros...; que no comprometen situaciones sociales, culturales o valóricas de fondo”. Estudio Complementario, DIPRES 2014 (Breull).

⁵⁷ El interés por el contenido político en televisión se acentúa entre sectores socioeconómicos desfavorecidos, personas de más edad y también entre mujeres. Así se vio tanto en las franjas electorales como en los debates (CNTV, 2018) pág. 69.

⁵⁸ Si bien hay una opinión cristalizada sobre la falta de interés en la política, reflejada en la baja participación electoral, este anuario evidencia que las personas sí ven televisión para estar al tanto de este proceso: noticieros, programas de conversación, 70 debates y franjas electorales. Estos programas logran altas cifras de encendido, especialmente al comenzar la semana. (CNTV a. 2018) pág. 69.

⁵⁹ Institución especializada en la producción y regulación del medio audiovisual televisivo.

⁶⁰ La autonomía del Consejo permite una evaluación libre de criterios políticos Pluralismo en los contenidos que se presentan, ya que, estos nacen desde las empresas productoras representando visiones de todas partes del país sin que se les imponga los contenidos a desarrollar, lo que enriquece la oferta de contenidos de los proyectos.

De acuerdo al desempeño⁶¹ observado por el Fondo CNTV, no existen antecedentes sobre un ineficaz e ineficiente uso de los recursos públicos, así como una baja calidad de sus productos. El modelo de gestión del Fondo CNTV responde a la experiencia institucional.

Por ende, el Panel concluye que el Fondo CNTV, institucionalmente, donde se encuentra ubicado entrega garantías de un buen cumplimiento de su finalidad y desempeño.

DESEMPEÑO DEL PROGRAMA

2. EFICACIA Y CALIDAD

2.1. Eficacia a nivel de resultados intermedios y finales

El Propósito del Fondo CNTV es poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario. En este sentido es importante tener presente, tal como se comentó con anterioridad, que la ley establece que los proyectos con financiamiento tienen la obligación de ser transmitidos por televisión abierta en los 12 meses siguientes desde que el master está aprobado por el CNTV, disposición que asegura que los contenidos financiados por el programa estén efectivamente disponibles para las audiencias⁶².

Para medir el cumplimiento del objetivo del programa se utilizan indicadores relacionados con la producción y emisión de programas en la televisión abierta, los telespectadores de estos programas, la participación de la oferta de programas financiados por el Fondo CNTV, e indicadores de calidad relacionados con los premios obtenidos por los programas CNTV y la fidelidad de los telespectadores con los programas emitidos por televisión. Los indicadores se presentan en el siguiente cuadro.

⁶¹ Por ejemplo: Transparencia en la asignación de los recursos.

Foco puesto en los contenidos que se le entregan a los ciudadanos mirados como un público y no una cifra

. Capacidad de seguimiento y apoyo a los proyectos durante todo su desarrollo

Evaluación técnica financiera y de contenido personalizada libre de criterios comerciales, realizada por evaluadores nacionales e internacionales expertos en las materias.

Acceso a participar a productoras tanto de la RM como de regiones distintas del país que no tienen posibilidades de generar estos contenidos con un canal, comprendiendo lo poco accesible para empresas pequeñas de contar con contactos en los canales, lo que provoca que estos contraten a contadas empresas (que mejor ejemplo que canal 13 que contrató a solo un proveedor de servicios para todos sus contenidos)

Participación de mayor cantidad de empresas productoras lo que genera mayor creación de empleo.

⁶² En las bases de concurso de cada año se ingresa el horario, por línea concursable. Cuando existe riesgo de atraso los canales solicitan autorización al H. Consejo para aplazar una emisión, por razones que tienen que ser fundadas. Los contratos establecen multas en caso de incumplir los compromisos de los canales, indicando además las bases que el canal queda inhabilitado de postular en caso de alguna falta. De acuerdo a lo indicado por el programa, no se han producido situaciones de no emisión de los programas financiados.

Cuadro 5: EFICACIA: Indicadores resultados intermedios y finales años 2015 - 2018						
En N° y %						
Indicador / Años	Fórmula	Año				
		2015	2016	2017	2018	Var. 2015 -2018
Eficacia/ Resultado Intermedio Tasa de variación del número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	$((N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año } t / N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año } t-1)-1)100$	-7% $((14/15)-1)*100$	21% $((17/14)-1)*100$	6% $((18/17)-1)*100$	-28% $((13/18)-1)*100$	-7% $((13/14)-1)*100$
Eficacia/ Resultado Intermedio Tasa de variación del número de programas de televisión emitidos financiados por el Fondo.	$((N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV emitidos año } t / N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV emitidos año } t-1)-1)100$	-- $((85/--)-1)*100$	-27% $((62/85)-1)*100$	-27% $((45/62)-1)*100$	11% $((50/45)-1)*100$	-41% $((50/85)-1)*100$
Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva.	$(\sum \text{ de horas de programación de la oferta Fondo CNTV año } t / (\sum \text{ de horas totales de programación de la oferta televisión abierta año } t))*100$	0,97%	0,69%	0,45%	0,60%	-38%
Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva de programas de televisión de nivel cultural.	$(\sum \text{ de horas de programación de la oferta Fondo CNTV año } t / (\sum \text{ de horas totales de programación de la oferta televisión abierta de televisión de nivel cultural año } t))*100$	16,53%	12,60%	7,37%	s.i.	-55%
Eficacia/Resultado Final Tasa de variación de telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$((N^{\circ} \text{ de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año } t / N^{\circ} \text{ de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año } t-1)-1)100$	-- $((5.683.725 / --)-1)*100$	-37% $((3.584.401/ 5.683.725)-1)*100$	-10% $((3.236.605/ 3.584.401)-1)*100$	37% $((4.420.510/ 3.236.605)-1)*100$	-22% $((4.420.510/ 5.683.725)-1)*100$
Eficacia/Cobertura Porcentaje de hogares telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(N^{\circ} \text{ de hogares telespectadores de la población objetivo de la oferta Fondo CNTV año } t / N^{\circ} \text{ total de hogares población objetivo año } t) * 100$	88% $(4.783.262/ 5.454.914) * 100$	55% $(2.999.318/ 5.454.914) * 100$	45% $(2.559.016/ 5.651.637) * 100$	66% $(3.741.843/ 5.651.637) * 100$	-22% $(66\%-88\%)$
Eficacia/Cobertura Porcentaje de proyectos financiados por el Fondo. (*)	$(N^{\circ} \text{ de proyectos apoyados por el Fondo año } t / N^{\circ} \text{ total de proyectos postulados año } t) * 100$	8% $(18/ 224) * 100$	9% $(26/ 275) * 100$	7% $(14/ 191) * 100$	8% $(16/ 199) * 100$	0% $(8\%/ 8\%) * 100$
Eficacia/Resultado Final Afinidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(\text{Promedio Rat\% Target / Rat\% Universo}) * 100$	115%	119%	118%	110%	-4%

Cuadro 5: EFICACIA: Indicadores resultados intermedios y finales años 2015 - 2018						
En N° y %						
Indicador / Años	Fórmula	Año				
		2015	2016	2017	2018	Var. 2015 -2018
Calidad/Producto Premios y/o reconocimientos obtenidos por programas de televisión de alto nivel cultural financiados por el Fondo.	Nº de premios de la oferta Fondo CNTV año t	2	14	19	9	350%
Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	(Promedio Ats# / Length) * 100	32,4%	29,5%	34,7%	36,7%	13%
Fuente: CNTV. (*) No incluye proyectos comunitarios.						

El número de programas CNTV que se estrenaron anualmente en la televisión ha fluctuado entre 13 y 18 programas, siendo el 2018 el año con menor número de estrenos⁶³. El número de programas estrenados en el período de evaluación disminuyó en -7%.

Se debe indicar que el Fondo CNTV no tiene una meta de producción. El número de programas de televisión que anualmente se financian y posteriormente se estrenan depende del presupuesto asignado y del costo de las producciones. Como el presupuesto se ha mantenido estable, las variaciones en el número de programas financiados y estrenados ha dependido del costo de los proyectos, el cual ha ido al alza en el tiempo, debido al aumento en los costos del personal y al cambio tecnológico de producción audiovisual HD (*high definition*) versus SD (*standard definition*)^{64 65}.

Debido a que no existen definiciones de política pública ni tampoco mediciones que permitan establecer la oferta óptima en pantalla de programas con contenidos de interés público, el programa no es capaz de establecer metas de producción. Según indica el Fondo CNTV, tampoco existen ejemplos a nivel internacional que se puedan utilizar como parangón.

Teniendo en cuenta estas condiciones, el cumplimiento del propósito del Fondo CNTV no se alcanza premiando muchos proyectos de bajo costo, sino que se logra premiando proyectos con los contenidos exigidos, cuyos costos están creciendo en el tiempo.

La oferta de contenidos televisivos financiados por el Fondo se compone de programas estrenados en el año así como repeticiones de programas emitidos en años anteriores, que, por su calidad, todavía tienen audiencias relevantes, interesando a los canales de televisión. El número total de programas CNTV que se emitieron anualmente en la televisión fluctuó entre 45 y 85 programas, pero con una disminución notoria de 41% entre los años 2015 y 2018. Se aprecia la importancia de la repetición de los programas CNTV en la oferta total de programación cultural generada por el programa, ya que son tres veces más los

⁶³ Dado que el ciclo de la producción y emisión de un programa dura 2 o más años, los programas estrenados en un año fueron ganadores de concursos de años anteriores.

⁶⁴ Televisión de Alta Definición (HD o HDTV) es un sistema de video cuya resolución es sustancialmente mayor que los formatos convencionales o de definición estándar (Standard-Definition TV, o SDTV, o SD), resultando una calidad de imagen muy superior. Esto implica un alza de costos respecto a SD convencional en las áreas de diseño-dirección de arte (locaciones, ambientación, escenografía, utilería), vestuario, maquillaje, cámara y postproducción debido a la mayor resolución técnica.

⁶⁵ El salto de producir en SD a HD se hace imprescindible ad portas del apagón analógico en todo el mundo, al que Chile se suma frente a la pronta aprobación de la ley de Televisión Digital Terrestre (TDT), dando mayor atractivo, calidad y posibilidades de distribución, comercialización y audiencia a las obras nacionales. Por esta razón, desde este año 2011, las Bases del Fondo CNTV exigen obligatoriamente la producción y entrega de masters en formato de Alta Definición (HD), teniendo directa influencia en los costos de los proyectos que solicitan financiamiento al Fondo CNTV.

programas repetidos que estrenados en el mismo período. Finalmente, la oferta total de programas de alto nivel cultural en el período de evaluación fueron 62 programas estrenados y 242 programas emitidos.

Como se aprecia en los indicadores de participación de la oferta de programas CNTV en el total de la oferta televisiva, ésta es reducida, ya que la participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo no llega a representar el 1% de la oferta televisiva, disminuyendo en un 38% esta participación entre los años 2015 y 2018.

La participación de la oferta de programas CNTV en el total de la oferta televisiva de programas de nivel cultural fue de 16% en el año 2015, disminuyendo a 7% en el año 2017, lo que significó una disminución de 55% en esta participación en la oferta cultural total. La baja participación en la oferta total se explica por el bajo número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el fondo al año, que solamente alcanza a las 498 horas en el año 2015, disminuyendo a 244 horas de emisión en el año 2018 (-51%).

En relación a los telespectadores de los programas CNTV se tiene que el número de telespectadores de la oferta del programa disminuyó un 22% en el período (de 5,6 millones a 4,4 millones). Comparando la audiencia de hogares con la población objetivo, se aprecia una cobertura del 88% de hogares mirando los programas CNTV en el año 2015, disminuyendo la cobertura a 66% en el año 2018, un 22% menos⁶⁶. Esta disminución es coherente con la menor presencia en pantalla de la oferta de contenidos del CNTV, situación que debe ser considerada como un resultado negativo a nivel institucional.

Es importante destacar la capacidad de la industria audiovisual para generar y producir contenidos de alto nivel cultural, toda vez que solamente el 8% de los proyectos postulados pudo ser financiado con el presupuesto disponible por el Fondo CNTV. Por lo tanto, si los recursos disponibles fueran mayores, se podrían financiar más proyectos, dado que existen postulaciones de proyectos que cumplen con los requisitos y características del Fondo CNTV.

Para la medición de la calidad o valoración de las audiencias a los programas CNTV se utilizan indicadores tradicionales utilizados en la industria televisiva, para medir la cercanía del contenido del programa con el target al cual estaba dirigido (Afinidad⁶⁷) y la permanencia de los telespectadores mirando los programas Fidelidad⁶⁸). La medición de audiencias de los programas CNTV en el período muestran que la Afinidad promedio de los telespectadores de los programas CNTV emitidos por televisión supera el 100% durante todo el período, mostrando un buen posicionamiento de la oferta de programas en los hogares, principalmente en aquellos que no tienen cable. Por otra parte, la fidelidad promedio de los telespectadores de los programas CNTV emitidos fluctúa sobre el 30%, lo que si bien parece bajo en relación al 100% de duración de los programas, se mantiene en los estándares de la industria televisiva nacional, superándolo en los últimos 2 años.

⁶⁶ El conteo de hogares se realiza en el estudio de audiencias televisivas "People meter" que ejecuta la empresa Kantar Ibope Media. Corresponde a un conteo total de hogares sin diferenciar a cada hogar, por lo que el indicador de cobertura tiene un rango de error dado por la duplicidad en el conteo.

⁶⁷ Es la comparación del rating de un target específico contra el rating total personas (target de referencia) expresado en porcentaje con base 100. Cuando la afinidad es superior a 100, este es más cercano al público que se quiere alcanzar. Y cuando la Afinidad es inferior a 100, las probabilidades de alcanzar al target son más lejanas.

⁶⁸ También conocida como porcentaje de permanencia. Corresponde al porcentaje de duración del programa sobre el target que asistió al programa. Mientras más cercano a 100 mayor la permanencia en el programa.

Cuadro 6: Comparación indicadores de audiencia Programas CNTV						
PROGRAMAS NO FONDO						
AÑO	Hogares		Hogares Con Cable		Hogares Sin Cable	
	fid%	aff% Promedio	fid%	aff%	fid%	aff%
2015	33,1	107,2	31,8	89,8	35,6	124,6
2016	33,3	107,7	32,1	91,2	36,1	124,1
2017	32,5	108,2	31,0	91,5	36,4	124,9
2018	33,8	106,4	32,1	93,0	38,1	119,7

PROGRAMAS FONDO						
	Hogares		Hogares Con Cable		Hogares Sin Cable	
	fid%	aff% Promedio	fid%	aff%	fid%	aff%
2015	32,4	115,1	30,1	78,6	35,7	151,6
2016	29,5	118,6	27,6	78,4	32,6	158,7
2017	34,7	117,5	33,1	81,8	37,5	153,2
2018	36,7	110,5	35,1	88,5	39,9	132,4

DIFERENCIA FONDO - NO FONDO						
Año	Hogares		Hogares Con Cable		Hogares Sin Cable	
	fid%	aff% Promedio	fid%	aff%	fid%	aff%
2015	-0,7	7,9	-1,7	-11,2	0,1	27,0
2016	-3,8	10,9	-4,5	-12,8	-3,5	34,6
2017	2,2	9,3	2,1	-9,7	1,1	28,3
2018	2,9	4,1	3,0	-4,5	1,8	12,7

Fuente: CNTV en base a People Meter.

La calidad de los programas CNTV también se puede evaluar mediante la obtención de premios otorgados por la industria televisiva, que es relevante, ya que 21 programas de televisión financiados por el fondo obtuvieron 44 premios en el período analizado.

Cuadro 7: EFICACIA: Premios y Reconocimientos de los Programas CNTV			
Año	Programa	Medio	PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS
2015	"Chile En Llamas"	Ranking Revista Wiken	Mejor programa 2015
2015	"La Voz En Off"	Muestra De Cine "Polo Sur Latino Americano".	Premio "Ñirre, bandera de la Patagonia"
2016	"Neruda"	Festival Internacional Del Nuevo Cine Latinoamericano De La Habana	Premio Coral y Dirección Artística
2016	"Unfinished Plan: The Path Of Alain Johannes"	Festival In-Edit Nescafé	Mejor Documental Nacional del 13er festival
2016	"Ramona"	Miptv 2016 Cannes, Francia	Participa en MipDrama Screenings
2016	"Puerto Papel"	Prix Jeunesse International 2016	Premio Beyond TV
2016	"Lord Cochrane, Capitán De Mar Y Guerra"	Mipcom 2016	Exhibición
2016	"Puerto Papel"	Festival Chilemonos 2016	Mejor serie latinoamericana
2016	"Puerto Papel"	Festival Fan Chile 2016	Mejor Contenido Interactivo
2016	"Puerto Papel"	Premios Tal 2016	Mejor Producción Infantil
2016	"Puerto Papel"	Premios India Catalina 2016 En Colombia	Mejor Animación y Mejor Arte
2016	"Puerto Papel"	Ottawa International Animation Festival 2016	Selección Oficial

Cuadro 7: EFICACIA: Premios y Reconocimientos de los Programas CNTV

Año	Programa	Medio	PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS
2016	"Puerto Papel"	Banff World Media Festival 2016	Nominada
2016	"Los Niños"	Festival Internacional De Cine Documental De Ámsterdam Idfa 2016	Mejor dirección femenina de documental
2016	"Mentes Brillantes"	Mostra Internacional De Ciência Na Tv 2016 - Brasil	Destacado como programa de divulgación de ciencias VerCiência
2016	"Yo Pipoo"	Expotoons Argentina 2016	Primer lugar en categoría serie infantil
2017	"Mary & Mike"	Mipcom	Presente en exhibiciones
2017	"Ramona"	Festival International De Programmes Audiovisuels Fipa 2017 En Biarritz	Mejor Serie y Mejor Actriz
2017	"Puerto Papel"	Festival Com Kids Prix Jeunesse 2017	Ganador Categoría Ficción 7 a 11 años
2017	"Puerto Papel"	Ifcs De Stuttgart 2017	Selección Oficial en la competencia Tricks for Kids Series
2017	"Puerto Papel"	Festival Anima - Córdoba 2017	Mejor Serie Animada de TV
2017	"Los Niños"	Docsbarcelona 2017	Mejor Documental en la Competencia Oficial
2017	"Los Niños"	Miami Film Festival 2017	Zeno Mountain Award
2017	"Los Niños"	Festival De Cine En Español De Málaga 2017	Selección oficial
2017	"Los Niños"	Eidf Corea 2017	Mejor Dirección Femenina
2017	"Los Niños"	Festival De Cine De Gramado 2017	Mención especial del jurado
2017	"Los Niños"	Festival De Cine De Lima 2017	Mención especial del jurado
2017	"El Agente Topo"	Festival De San Sebastián 2017 – España	Premio EFAD CAACI del Foro de Co-Producción de San Sebastián
2017	"La Memoria De Mi Padre"	Festival De Cine Español De Málaga 2017	Selección oficial
2017	"La Memoria De Mi Padre"	Festival De Cine Latino De Trieste 2017 – Italia	Premios a Mejor película y Mejor Banda Sonora
2017	"Una Historia Necesaria"	Festival De Cine Y Derechos Humanos De Barcelona 2017	Premio al Mejor Cortometraje de Ficción
2017	"Ceachei"	Festival Audiovisual Para Niños Fan Chile 2017	Ganador categoría Mejor Programa de TV Infantil
2017	"Bala Loca"	Premios Caleuche 2017	Mejor Actor Protagonístico, Mejor Actor de Soporte y Mejor Actriz de Soporte
2017	"Bala Loca"	Premios Platino Del Cine Iberoamericano 2017	Nominación a mejor serie o miniserie
2017	"Sueños Latinoamericanos"	Prix Jeunesse Com Kids 2017	Ganador Categoría No Ficción 12 a 15 años; Premio Exhibición y; Premio del Jurado Adolescente Internacional
2018	"Mary & Mike"	Berlinale 2018	Única serie en idioma español exhibida en los Drama Series Days
2018	"Mary & Mike"	Festival International De Programmes Audiovisuels Fipa 2018	Seleccionados en la competencia oficial
2018	"Ramona"	Premios Platino Del Cine Iberoamericano 2018	Nominada en Mejor Interpretación Femenina y Mejor Interpretación Masculina en Miniserie o Teleserie; Nominada Mejor Miniserie o Teleserie Cinematográfica
2018	"Puerto Papel"	Festival International Du Film D'animation D'annecy	Selección oficial
2018	"12 Días Que Estremecieron A Chile"	Premios Caleuche 2018	Mejor Actor Protagonístico, Mejor Actriz Protagonística y Mejor Actriz de Soporte
2018	"62, Historia De Un Mundial"	Premios Platino Del Cine Iberoamericano 2018	Nominada Mejor Interpretación Femenina y Mejor Interpretación Masculina en Miniserie o Teleserie
2018	"12 Días Que Estremecieron A Chile"	Premios Platino Del Cine Iberoamericano 2018	Nominada Mejor Miniserie o Teleserie Cinematográfica Iberoamericana
2018	"Cuenta La Leyenda"	Prix Jeunesse Media Bar 2018	Seleccionada
2018	"Una Historia Necesaria"	Emmy Internacional 2018	Ganadora de la categoría Mejor Serie Corta

Fuente: CNTV.

En síntesis, en relación al logro del propósito, los indicadores de resultados muestran que la oferta de contenidos de televisión de alto nivel cultural que el programa pone a disposición de los telespectadores es muy limitada, son pocos programas, la mayoría repeticiones, que representan un porcentaje mínimo de la oferta total de televisión. No es posible evaluar qué tan suficiente es esta oferta para el cumplimiento del Propósito ya que el Fondo CNTV no plantea ninguna meta relacionada con el nivel mínimo de oferta.

Sin embargo, el Fondo CNTV es exitoso en el sentido de lograr su objetivo de poner en pantalla el contenido que financia, logran altos niveles de audiencia y con buenos indicadores de calidad para sus programas. No se puede establecer si son adecuados los compromisos de emisión del programa, dado que se requiere una política pública institucional que lo defina, actualmente inexistente, y que puede determinar horas de emisión en función del valor que se otorga a estos contenidos para las audiencias.

En este sentido, debido a que no existen definiciones institucionales en relación a la importancia de la participación en pantalla de los contenidos culturales que financia, no se puede determinar con cuántos programas cumple su propósito. Este déficit de política institucional determina que el programa no cuantifique el efecto en el cumplimiento de su propósito, cuando está afectado por reducciones presupuestarias que reducirán el número de programas de televisión financiados.

Los recursos disponibles anualmente por el Fondo CNTV permiten el financiamiento de un número limitado de programas, lo que limita su presencia en pantalla, considerando además el número significativo de proyectos que no obtienen financiamiento en cada concurso.

En base a los antecedentes analizados, se puede concluir que el Fondo CNTV contribuye a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad, sin embargo, dada la escasa oferta que produce el efecto final puede ser poco significativo.

2.2. Eficacia a nivel de Componentes ⁶⁹

Los servicios del programa se prestan mediante el financiamiento parcial del costo de producción de proyectos que postulan a concursos anuales en las distintas líneas habilitadas. Entre los años 2015 y 2018 las productoras y canales de televisión postularon 889 proyectos, fluctuando entre 191 proyectos postulados el año 2017 y 275 el año 2016. El interés de las productoras por el financiamiento que entrega el Fondo CNTV es alto, teniendo en consideración que del total de proyectos postulados en el período solamente fueron financiados 74 proyectos, el 8% del total (14% del total de proyectos admisibles).

Sin embargo, un número importante de proyectos (373) no cumplían las condiciones establecidas en las bases para ser seleccionados, el 42% del total. Así y todo, el 58% de los proyectos eran admisibles, y de este total, 442 proyectos no contaron finalmente con apoyo por parte del Fondo CNTV. La causa de esta demanda insatisfecha es la restricción presupuestaria del Fondo.

⁶⁹ No se incluyen los proyectos comunitarios en el análisis de producción por componente.

Cuadro 8: Proyectos Postulados al FONDO CNTV según estado de la postulación - Por Año (N° de proyectos)						
ESTATUS	AÑO				Total	%
	2015	2016	2017	2018		
No Admisibles	80	109	93	91	373	42%
Admisibles No Ganadores	126	140	84	92	442	50%
Admisibles Ganadores	18	26	14	16	74	8%
Total POSTULANTES	224	275	191	199	889	100%
% GANADORES / ADMISIBLES	12,5%	15,7%	14,3%	14,8%	14,3%	

Fuente: Base Concursos Fondo CNTV.

El año 2016 marca un hito en la producción de servicios con 26 programas seleccionados, sin embargo se debe indicar que el programa no tiene como objetivo producir más proyectos con la misma cantidad de recursos, sino que, particularmente este año, se financiaron proyectos de la línea de procedencia e interés comunitario a un costo menor del promedio.

También es importante aclarar que uno de los requisitos del programa para la aprobación de los proyectos es que, con el financiamiento entregado por el Fondo más el aporte que realizan y apalancan las productoras, se tienen que terminar totalmente los proyectos, incluida la postproducción. Tal como se comentó, el programa asegura este objetivo mediante los compromisos de emisión que tienen que presentar las productoras y los canales de televisión una vez adjudicados.

El 84% de los proyectos postulados corresponden al Componente 1 Programas financiados de técnica acción real, y el 16% al Componente 2 Programas financiados de técnica animación. El porcentaje de proyectos ganadores del concurso asciende al 13% en las postulaciones de programas de acción real, y al 20% en las postulaciones de programas de animación.

Cuadro 9: Proyectos Postulados al FONDO CNTV según componente y estado de la postulación PERÍODO 2015 - 2018 (N° de proyectos)					
COMPONENTE	NO ADMISIBLES	ADMISIBLES NO GANADORES	ADMISIBLES GANADORES	Total POSTULANTES	% GANADORES / ADMISIBLES
Componente 1 Programas financiados de técnica acción real	304	382	59	745 (84%)	13,4%
Componente 2 Programas financiados de técnica animación	69	60	15	144 (16%)	20,0%
Total	373	442	74	889 (100%)	14,3%

Fuente: Base Concursos Fondo CNTV.

Los proyectos postulan a distintas líneas de concurso, concentrando las postulaciones en las líneas Ficción, No Ficción y Regionales, que concentran el 62% de las postulaciones. Los proyectos ganadores

se distribuyen de manera más homogénea en las distintas líneas, siendo relevantes, además de las anteriores, las Nuevas Temporadas y las Series Históricas.

Cuadro 10: Proyectos Postulados al FONDO CNTV por Línea de Concurso - según estado de la postulación / PERÍODO 2015 - 2018 (N° de proyectos)				
COMPONENTE / LÍNEA DE CONCURSO	POSTULANTES	% Total	GANADORES	% Total
ACCIÓN REAL	745	83,8%	59	79,7%
Co Producciones Internacionales	32	3,6%	4	5,4%
Ficción	125	14,1%	9	12,2%
No Ficción	239	26,9%	11	14,9%
Nuevas Temporadas	22	2,5%	5	6,8%
Programas Infantil Pre Escolar E Infantil Hasta 12 Años	8	0,9%	0	0,0%
Programas Orientados Al Público Infantil 6 A 12 Años	24	2,7%	1	1,4%
Programas Orientados Al Público Pre Escolar 3 A 6 Años	4	0,4%	0	0,0%
Proyectos De Procedencia E Interés Comunitario (*)	15	1,7%	6	8,1%
Regionales	163	18,3%	12	16,2%
Series Históricas O Documentales Ficcionalados	68	7,6%	7	9,5%
Telefilms	45	5,1%	4	5,4%
ANIMACIÓN	144	16,2%	15	20,3%
Co Producciones Internacionales	11	1,2%	0	0,0%
Ficción	10	1,1%	0	0,0%
No Ficción	8	0,9%	0	0,0%
Nuevas Temporadas	11	1,2%	4	5,4%
Programas Infantil Pre Escolar E Infantil Hasta 12 Años	14	1,6%	1	1,4%
Programas Orientados Al Público Infantil 6 A 12 Años	47	5,3%	5	6,8%
Programas Orientados Al Publico Pre Escolar 3 A 6 Años	20	2,2%	5	6,8%
Regionales	12	1,3%	0	0,0%
Series Históricas O Documentales Ficcionalados	3	0,3%	0	0,0%
Telefilms	8	0,9%	0	0,0%
Total POSTULANTES	889	100%	74	100%
Fuente: Base Concursos Fondo CNTV. (*) Sólo año 2016.				

Como se ha descrito a lo largo del informe, el Fondo aborda el problema de la escasa oferta de programación de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario. En relación a la oferta de interés regional, el CNTV tiene especificado en la glosa presupuestaria que el Fondo destine de manera preferente hasta un 25% de los recursos autorizados para concursos a programas⁷⁰, para lo cual el Fondo gestiona una línea específica de proyectos de interés regional. Además, los proyectos regionales postulan a las otras líneas de concurso, existiendo ganadores regionales en éstas, compitiendo

⁷⁰ Esta especificación está establecida en los presupuestos del período 2015 – 2018, cambiando para el año 2019 a 30%. Este fondo de financiamiento se considera preferente en el entendiendo de que el programa depende de la calidad de los proyectos postulados.

estos proyectos regionales en igualdad de condiciones que el resto de los proyectos, teniendo en cuenta, eso sí, que los miembros del H. Consejo ven positivamente los proyectos provenientes de regiones distintas a la RM.

A nivel regional, el 31% de los proyectos seleccionados son de productoras regionales, siendo la Región de Valparaíso la segunda región en importancia en la producción de programas de televisión CNTV (10% de las postulaciones, 8% de los ganadores), en el período 2016 – 2018, años en los que se cuenta con información. En este período, en 6 regiones no se realizaron proyectos.

Cuadro 11: Proyectos Postulados al FONDO CNTV por Región - según estado de la postulación / PERÍODO 2016 - 2018 (*) (N° de proyectos)				
REGIÓN	POSTULADOS	%	GANADORES	%
15 Región de Arica y Parinacota	6	0,9%	1	1,8%
1 Región de Tarapacá	3	0,5%		0,0%
2 Región de Antofagasta	6	0,9%	2	3,6%
3 Región de Atacama	3	0,5%		0,0%
4 Región de Coquimbo	15	2,3%	2	3,6%
5 Región de Valparaíso	72	10,8%	5	8,9%
6 Región del Libertador	17	2,6%	2	3,6%
7 Región del Maule	5	0,8%		0,0%
8 Región del Biobío	23	3,5%	1	1,8%
9 Región de la Araucanía	20	3,0%	1	1,8%
14 Región de Los Ríos	16	2,4%		0,0%
10 Región de Los Lagos	7	1,1%	3	5,4%
11 Región de Aisén	3	0,5%		0,0%
12 Región de Magallanes	8	1,2%		0,0%
13 RM de Santiago	461	69,3%	39	69,6%
Total POSTULANTES	665	100%	56	100%

Fuente: Base Concursos Fondo CNTV.
(*) Sin información por región año 2015.

Por otra parte, el Fondo financia programas de interés regional que posteriormente son emitidos por canales que tienen cobertura nacional, difundiendo de esta forma contenidos regionales a la audiencia a nivel nacional.

Cuadro 12: Programas de Interés Regional Emitidos en Canales PERÍODO 2015 - 2018	
PROGRAMAS DE INTERÉS REGIONAL	CANAL
Buscando El Instrumento Madre	La Red
Chile Mundos Sumergidos	TV+

Cuadro 12: Programas de Interés Regional Emitidos en Canales PERÍODO 2015 - 2018	
PROGRAMAS DE INTERÉS REGIONAL	CANAL
Chile Suena	TV+
Cuenta La Leyenda	TV+
Desde El Cielo Azulado	La Red
En Movimiento	TV+
Extraordinarios	La Red
Extraordinarios	La Red
Habitantes Del Pacífico - Isla Santa María	TVN
Habitantes Del Pacífico - Islas De Chile	TVN
Nafragios	TV+
Pequeñas Criaturas De Chile	TV+
Sabores Sin Límites	TV+
Si Vas Para Chile	TV+
Sin Fronteras	La Red
Territorios Imaginados	TV+
Vida Conciencia	TV+
Fuente: Base Concursos Fondo CNTV.	

En relación a la oferta de interés comunitario, el Consejo Nacional de Televisión implementó a partir del año 2015 y hasta el año 2018 un plan piloto para el financiamiento de proyectos con contenidos de interés comunitario, permitiendo postular a productoras comunitarias con proyección en transformarse en canales locales de carácter comunitario, de manera de comenzar a generar contenido para esta nueva pantalla⁷¹. A partir del año 2019, en consideración a que existen concesiones dadas a canales locales de carácter comunitario, se incluye dentro del Fondo CNTV la línea “Programas de procedencia local o local de carácter comunitario”⁷². En este período se financiaron como experiencia piloto 51 proyectos de interés comunitario.

Para analizar los resultados a nivel de componente se debe indicar, tal como se ha descrito anteriormente, que el Fondo CNTV no tiene metas de producción, y solamente se propone producir y poner a disposición de los hogares programas de alta calidad cultural de acuerdo a su marco presupuestario, y que estas producciones diversifiquen la oferta programática de los canales de televisión. Esta oferta contribuye, dada la importancia de la televisión como medio de comunicación, a la formación de la identidad y a la preservación de los valores propios de nuestra cultura, pero como no existen definiciones de política que establezcan el mínimo de oferta que se considera apropiado, sólo es posible establecer que una mayor cantidad de programas genera una mayor contribución al logro de este objetivo.

⁷¹ El 24 de mayo del 2014 se publica la Ley N° 20.750, que Permite la Introducción de Televisión Digital Terrestre, incluyendo por primera vez a los concesionarios de radiodifusión televisiva de libre recepción de cobertura local de carácter comunitario.

⁷² Mediante esta línea de concurso se igualan las condiciones de estos proyectos a todos los que postulan al Fondo CNTV, diferenciando sólo el canal emisor de este tipo de contenidos que debe ser a través de un canal local o local de carácter comunitario y eliminando la figura de productora comunitaria. El tipo de postulante corresponde a: Canales Locales, Canales Locales de Carácter Comunitario y/o Productoras Independientes solos o asociados. El objetivo de esta línea concursable es fomentar proyectos que promuevan del desarrollo social y local, debiendo dar cabida a aquella producción realizada por grupos sociales o personas que residan en la zona de cobertura de la concesión del canal local de carácter comunitario.

Como se describe anteriormente, el aseguramiento de la pluralidad, diversidad y actualidad de los contenidos se asegura mediante los procesos de calificación y selección de los proyectos.

Al analizar los resultados de producción a nivel de componentes se aprecia que el financiamiento de programas de acción real disminuyó 33% en el período analizado, el estreno en televisión de nuevos programas disminuyó un 23%, disminuyendo también el número de programas emitidos, en un 42% (estrenos más repeticiones). Consistentemente con este resultado, también disminuye el número de horas anuales de emisión de esta programación cultural en un 58%. El financiamiento de programas de procedencia regional se mantiene estable en 3 proyectos por año durante todo el período.

De esta forma, disminuyen de manera significativa los indicadores de producción de programas de acción real impactando negativamente en el logro del propósito del programa de disponer de oferta para los hogares del país. Este resultado es muy negativo disminuyendo en gran medida la contribución que hace el programa en el fortalecimiento de los valores de la cultura nacional.

El financiamiento de programas de animación aumentó 50% en el período y el estreno en televisión de nuevos programas de animación aumentó 200%. Aun cuando son aumentos significativos, la producción y estreno de estos programas parte de niveles incipientes (1 estreno, 2 proyectos financiados en el año 2015), por lo que el efecto global en la oferta no es significativo, teniendo en cuenta además que estos programas tienen una menor duración. Sin embargo, deja en evidencia la importancia creciente de esta técnica en la producción de programas de televisión.

Por otra parte, disminuyó el número de programas emitidos en un 36%, como también el número de horas anuales de emisión en un 13%, por efecto de una disminución de las repeticiones de los programas en los canales de televisión.

Se aprecia en estos indicadores, la importancia que tiene la repetición en televisión de los programas CNTV en ambos componentes, lo que permite compensar la escasa oferta que se genera anualmente. Desde el punto de vista del logro del propósito en relación a los contenidos, no existe diferencia entre programas estrenados y repeticiones de programas antiguos, ya que, en general estos contenidos no pierden vigencia⁷³.

La distribución de los programas financiados en cada componente refleja la proporción de las postulaciones realizadas en cada uno durante el período, no existiendo una política explícita de dar mayor importancia a uno sobre otro.

Cuadro 13: EFICACIA: Indicadores resultados a nivel de COMPONENTE años 2015 - 2018					
En N° y %					
Indicador / Años	Año				Var. 2015 -2018
	2015	2016	2017	2018	
Componente 1					
Programas financiados de técnica acción real					
Eficacia/Producto					
Número de programas de televisión seleccionados por el Fondo.	16	20	11	12	-33%

⁷³ Si bien para los canales de televisión el costo de emitir un programa antiguo es menor no se tiene información de los acuerdos comerciales existentes entre las productoras y los canales.

Cuadro 13: EFICACIA: Indicadores resultados a nivel de COMPONENTE años 2015 - 2018
En N° y %

Indicador / Años	Año				
	2015	2016	2017	2018	Var. 2015-2018
Eficacia/Producto Número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	13	15	15	10	-23%
Eficacia/Producto Número de programas de televisión emitidos financiados por el Fondo (estrenos y repeticiones).	71	53	37	41	-42%
Eficacia/Producto Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el Fondo (estrenos y repeticiones).	421	180	170	177	-58%
Eficacia producto Número de programas financiados por el Fondo CNTV de procedencia regional. LÍNEA REGIONAL	3	3	3	3	0%
Componente 2 Programas financiados de técnica animación					
Eficacia/Producto Número de programas de televisión seleccionados por el Fondo.	2	6	3	4	50%
Eficacia/Producto Número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	1	2	3	3	200%
Eficacia/Producto Número de programas de televisión emitidos financiados por el Fondo (estrenos y repeticiones).	14	9	8	9	-36%
Eficacia/Producto Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el Fondo (estrenos y repeticiones).	77	98	20	67	-13%

Fuente: CNTV.

La disminución del número de programas seleccionados anualmente se explica por el aumento en los costos de producción que no ha sido compensado con aumentos proporcionales en el presupuesto del programa. La disminución del número de programas CNTV emitidos por los canales se explica casi exclusivamente por un menor interés de los canales por repetir la emisión de programas de otros años.

2.3. Cobertura y focalización del programa (por componentes en los casos que corresponda)

Los beneficiarios del Fondo CNTV son los hogares del país que sintonizan una oferta de alto nivel cultural que, sin el financiamiento del costo de producción por parte del CNTV, no dispondrían de ésta. Los hogares disponen de programas nuevos estrenados durante el año, así como repeticiones de programas emitidos en años anteriores.

De acuerdo a las mediciones de audiencia realizadas en el estudio *People Meter*, el número de hogares que han sido telespectadores de programas de televisión de técnica acción real financiados por el Fondo ascendió a 4,3 millones de hogares en el año 2015, disminuyendo fuertemente en los dos años siguientes (-43%), recuperando parcialmente la pérdida de audiencia en el año 2018, alcanzando los 3,5 millones de hogares. En el saldo del período el número de hogares beneficiarios disminuyó un 20%. El factor que explica la disminución de los telespectadores es el debilitamiento de la oferta de programas CNTV en la televisión, dado que, la audiencia promedio de estos programas aumentó 39% en el período.

El número de hogares que han sido telespectadores de programas CNTV de animación fue de 391 mil en el año 2015 disminuyendo significativamente en los años siguientes, terminando con una disminución de 43% en el período. Estos programas tienen menor audiencia que los programas de acción real por tener una menor oferta en pantalla, pero también por estar dirigidos a un segmento en particular, el público infantil. La disminución de los telespectadores de los programas de animación, en este caso, no solamente se debe a la disminución de la oferta de programas CNTV en la televisión, sino que también a la disminución en un 11% de la audiencia promedio de estos programas.

Cuadro 14: EFICACIA: Beneficiarios Efectivos Años 2015-2018					
En N° y %					
Indicador / Años	Año				
	2015	2016	2017	2018	Var. 2015 -2018
Componente 1					
Programas financiados de técnica acción real					
Eficacia/Resultado Final					
Número de HOGARES telespectadores de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	4.391.561	2.908.738	2.434.623	3.518.015	-20%
Audiencia promedio de HOGARES de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	61.853	54.882	65.801	85.805	39%
Componente 2					
Programas financiados de técnica animación					
Eficacia/Resultado Final					
Número de HOGARES telespectadores de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	391.701	90.580	124.393	223.828	-43%
Audiencia promedio de HOGARES de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	27.979	10.064	15.549	24.870	-11%
Fuente: CNTV.					

El programa no tiene metas de cobertura, y se mide como beneficiario a todo hogar que haya presenciado, aunque sea parcialmente, un programa de televisión financiado por el fondo en el año. Como se analizó anteriormente, existe un acceso universal a la televisión por parte de los hogares, y todos cuentan con la misma oferta televisiva de programas de alto nivel cultural, por lo cual la problemática de disponer de esta oferta afecta también universalmente a todos los hogares.

La cobertura de los programas CNTV emitidos por la televisión fue de 88% en el año 2015, año desde el cual tiene una trayectoria negativa, terminando en 66% el porcentaje de hogares telespectadores. Entre los años 2015 y 2018 el número de hogares aumenta un 3,6%, mientras que el número de hogares telespectadores disminuye un 21,8%, trayectorias que tienen el efecto final de disminuir la cobertura en un 24,5%.

Cuadro 15: Población Potencial y Objetivo Período 2015-2018					
Año	Población Potencial (a)	Población Objetivo (b)	Beneficiarios Efectivos (c)	% Beneficiarios respecto a Población Potencial (c)/(a)	% Beneficiarios respecto a Población Objetivo (c)/(b)
2015	5.454.914	5.454.914	4.783.262	88%	88%
2016	5.454.914	5.454.914	2.999.318	55%	55%
2017	5.651.637	5.651.637	2.559.016	45%	45%
2018	5.651.637	5.651.637	3.741.843	66%	66%
% Variación 2015-2018	3,6%	3,6%	-21,8%	-24,5%	-24,5%

Fuente: Encuestas CASEN 2015 y 2017, INE Censo de Población 2017.

La focalización de Fondo CNTV se define a través de los target de audiencias donde se diferencia únicamente al público infantil. No se cuenta con información acerca del nivel de audiencias en este segmento. Tampoco se controla el nivel de audiencia por región u unidades territoriales menores, dado que el estudio People Meter es una muestra con representatividad a nivel nacional.

Desde el punto de vista de la producción, el Fondo CNTV focaliza parte de los recursos en concesionarios regionales, locales y de carácter comunitario desde las Bases del Concurso. En todos los años analizados, en las Bases de los concursos se ha establecido que el Consejo valorará principalmente aquellos “Proyectos que entreguen conocimientos y/o planteen problemáticas de carácter nacional o regional, desde sus características geográficas hasta sus manifestaciones sociales y culturales”⁷⁴. Como se describió anteriormente, el Fondo mantiene una línea de proyectos de procedencia regional financiando 12 programas, y desarrolló como experiencia piloto una línea de proyectos con contenidos de interés comunitario, financiando 51 proyectos.

2.4. Calidad (satisfacción de los beneficiarios efectivos, oportunidad, comparación respecto a un estándar)

La evaluación de la calidad de los servicios se realiza mediante indicadores utilizados en las mediciones de audiencias de los programas televisivos⁷⁵. Años anteriores se realizaba una encuesta de satisfacción de los telespectadores respecto de los programas estrenados del fondo CNTV, la que se discontinuó debido a que el tamaño de la muestra no permitía efectuar análisis representativos en grupos y target específicos, y no permitía la comparación con los indicadores de la industria.

Específicamente para evaluar la calidad de la programación del fondo CNTV en la televisión, se utiliza el indicador de *fideliad del telespectador*, que mide el porcentaje de permanencia del telespectador viendo el programa en relación a la duración total de éste. Se considera entonces que mientras sea mayor la calidad del programa, mayor será la permanencia del telespectador visualizándolo.

⁷⁴ La Glosa 04 de la asignación presupuestaria del Fondo CNTV de la Ley de Presupuestos establece que el Fondo destinará hasta un 25% de los recursos autorizados para concursos en 2018 en forma preferente a programas regionales.

⁷⁵ El estudio de audiencias televisivas “People meter” lo realiza la empresa Kantar Ibope Media quienes son propietarios y proveedores en Chile de esta información. El People meter es un dispositivo electrónico que registra el encendido y apagado de la televisión, la sintonía de canales y demás frecuencias que lleguen al televisor de cada uno de los miembros del hogar. La recolección de datos se hace en línea, minuto a minuto, identificando quiénes están viendo TV, qué se está viendo, cuánto se está viendo.

En relación a la fidelidad de la audiencia de los programas emitidos de acción real se aprecia que ha sido de 32% en promedio en el período, con un máximo de 35% en el año 2017, y con una trayectoria positiva de 7%. Se evidencia la baja fidelidad de las audiencias con los programas de televisión, que en promedio no superan la visualización del 35% de la duración de los programas que sintonizan.

En el caso de los programas de animación emitidos en el período, la fidelidad de la audiencia fue de 55% en promedio, con un máximo de 58% en el año 2017, pero con una trayectoria negativa de -14%. La fidelidad es mayor para estos programas debido a que tienen un target más específico, ya que están dirigido al público infantil, y por lo tanto el contenido es más pertinente a este grupo de audiencia.

Estos indicadores son evaluados positivamente por el CNTV en comparación con los indicadores de fidelidad del resto de la programación televisiva de la industria.

Cuadro 16: EFICACIA: Indicadores resultados a nivel de COMPONENTE años 2015 - 2018					
En N° y %					
Indicador / Años	Año				
	2015	2016	2017	2018	Var. 2015 -2018
Componente 1 Programas financiados de técnica acción real					
Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	31,4%	28,0%	35,0%	33,5%	7%
Componente 2 Programas financiados de técnica animación					
Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	57,1%	55,2%	58,9%	49,1%	-14%

Fuente: CNTV.

3. ECONOMÍA

3.1. Fuentes y uso de recursos financieros

El programa Fondo CNTV tiene una asignación presupuestaria específica identificada en el presupuesto del Consejo Nacional de Televisión, subtítulo 24 Transferencias Corrientes, asignación 560 Fondo de Apoyo a Programas Culturales. Aparte de esta asignación presupuestaria el CNTV, institución responsable, aporta al financiamiento administrativo del programa mediante una asignación que realiza anualmente desde su presupuesto corporativo, y los beneficiarios que contribuyen al financiamiento de los proyectos mediante aportes propios, y los recursos que logran apalancar de los canales de televisión y de terceros inversionistas.

El monto de las asignaciones presupuestarias se mantuvo casi sin variación entre los años 2015 y 2018, en torno a los 4,7 mil millones de pesos (\$2019), experimentando el presupuesto solamente un aumento de 2%. Debido al ajuste presupuestario definido por el gobierno, el financiamiento disponible para el año 2019 disminuye significativamente a 3,4 mil millones de pesos (-27% en el período). Esta variación en el presupuesto es posible debido a que el Fondo CNTV no tiene metas en la producción de servicios, ni compromisos con terceras instituciones públicas o privadas, ni una política de cuota de pantalla en la televisión. Esta disminución del presupuesto afectará directamente en el número de programas de televisión de alto nivel cultural que serán financiados en el año 2019 y proyectados en los años siguientes,

pero no existen actualmente mecanismos para medir los efectos sobre las audiencias en relación al menor consumo de estos contenidos.

Las fuentes de financiamiento extrapresupuestarias han significado una importante fuente de financiamiento, representando el 37% del financiamiento total entre los años 2015 y 2017, sin embargo, sufrieron una caída de 58% en el año 2018, principalmente el aporte de terceros, reflejando la complejidad del financiamiento de esta industria.

Cuadro 17: Fuentes de Financiamiento del Programa 2015 - 2019 (Miles de \$ 2019)

Fuentes de Financiamiento	2015		2016		2017		2018		2019		% Var. 2015-2019
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	
1. Presupuestarias	4.713.682	63%	4.739.422	56%	4.773.565	59%	4.811.887	78%	3.431.864	100%	-27%
1.1. Asignación específica al Programa	4.632.990	62%	4.633.612	55%	4.630.979	57%	4.614.198	75%	3.322.121	97%	-28%
1.2. Asignación institución responsable para soporte administrativo (ítem 21, 22 y 29, entre otros)	80.692	1%	105.810	1%	142.586	2%	197.689	3%	109.743	3%	36%
1.3. Aportes en presupuesto de otras instituciones públicas	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	--
2. Extrapresupuestarias	2.777.009	37%	3.651.770	44%	3.299.405	41%	1.378.174	22%	0	0%	-50% (*)
2.1 Otras fuentes: Beneficiarios, Canales, Terceros (**)	2.777.009	37%	3.651.770	44%	3.299.405	41%	1.378.174	22%	0	0%	-50% (*)
Total	7.490.691	100%	8.391.193	100%	8.072.970	100%	6.190.061	100%	3.431.864	100%	-17%

Fuente: CNTV.

(*) % de variación 2015 – 2018.

(**) Considera aportes del adjudicatario y de los canales de televisión para financiar la producción de los programas. No considera aportes de los canales por concepto de promoción y difusión.

La Ley de Presupuestos incluye una glosa en la asignación presupuestaria del Fondo donde establece los montos que la institución puede destinar, de este presupuesto, para gastos de administración, lo que se suma a la asignación que adicionalmente realiza el CNTV para soporte administrativo.

De esta forma, el gasto del programa se concentra en las transferencias que realiza el CNTV a las empresas para el financiamiento de los programas de televisión, representando en promedio el 93,5% del gasto anual, y experimentando una variación de 0,3% en el período.

El 6,5% del gasto se ha destinado a personal y bienes y servicios de consumo. Específicamente el gasto en personal aumentó 36% en el período 2015-2018, alcanzando los 231 millones de pesos en el año 2018. Esta partida representó el 4,8% del gasto total del programa en el período en evaluación.

El gasto en bienes y servicios de consumo aumentó 19,6% en el período 2015-2018, alcanzando los 132 millones de pesos en el año 2018. Esta partida de gasto representó el 2,4% del gasto total del programa en el período analizado. Se debe considerar que el servicio de los evaluadores externos se paga con presupuesto de gastos de administración, específicamente en bienes y servicios.

Si bien el gasto en administración ha aumentado hasta más del 7% en el año 2018, todavía se considera apropiado en la medida de que no alcance el 10% del total.

**Cuadro 18: Desglose del Gasto Devengado en Personal,
Bienes y Servicios de Consumo, Inversión y otros (Miles de \$ 2019)**

Ítem	2015		2016		2017		2018		Variación 2015-2018
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	%
1. Personal	170.454	3,6%	185.804	3,9%	188.575	4,0%	231.780	4,8%	36,0%
2. Bienes y Servicios de Consumo	110.999	2,4%	102.274	2,2%	109.763	2,3%	132.782	2,8%	19,6%
3. Inversión	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0,0%
4. Transferencias Corrientes	4.431.282	94,0%	4.428.977	93,9%	4.463.219	93,7%	4.446.275	92,4%	0,3%
5. Otros	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0,0%
Total Gasto Devengado	4.712.735	100%	4.717.056	100%	4.761.557	100%	4.810.837	100%	2,1%

Fuente: CNTV.

La modalidad de ejecución del gasto se adapta al ciclo de inversión de la producción de los programas de televisión, la cual puede durar más de 2 años hasta su emisión en pantalla. El Fondo CNTV realiza un concurso anual destinado a asignar el presupuesto disponible a un grupo de proyectos, que empezarán su producción recién en el año siguiente. Para reservar el financiamiento de los proyectos seleccionados, el CNTV entrega en administración los fondos a una entidad financiera, la cual va transfiriendo a las productoras los montos asignados a sus proyectos en las cuotas correspondientes⁷⁶⁷⁷.

En opinión del Panel, el CNTV hace uso de sus atribuciones legales para establecer esta modalidad de administración de fondos, teniendo obligación de seleccionar la mejor opción de gestión financiera en el marco de su contexto institucional. El costo de administración se financia mediante parte de los intereses devengados, mientras que el costo alternativo sería destinar personal propio para esta gestión, teniendo como efecto directo un aumento en el costo de administración del programa. Esta modalidad de administración externa puede ser eficiente en la medida que los gastos por administración directa fueran superiores a lo que cobra BancoEstado en términos de comisión, mas no se cuenta con información para sacar una conclusión en este sentido.

Si un proyecto no llega a término, lo que no ha sucedido en el período de evaluación, éste debe devolver la totalidad de los recursos para que puedan ser utilizados en un nuevo programa. En la eventualidad de que se diera esta situación, los recursos se traspasan a algún proyecto de la lista de prelación o a uno nuevo del concurso vigente. La imputación de este gasto se realiza al presupuesto del año en que originalmente salieron los recursos, de esta forma, el fondo de administración sólo acumula intereses y no financiamiento para proyectos.

⁷⁶ Mediante resolución exenta (N°24, 9/06/2017), el CNTV aprobó las Bases Administrativas y Técnicas y el llamado a licitación pública para la contratación del "Servicio de administración cartera de inversiones del Consejo Nacional de Televisión". Dicha licitación fue adjudicada a la empresa BancoEstado S.A. Corredores de Bolsa mediante resolución exenta (N°299, 30/07/2017). Por la prestación de estos servicios, el CNTV realiza un pago fijo equivalente al 0,30% anual con un mínimo de 450 mil pesos mensuales, pago que se descuenta de la rentabilidad generada desde la propia cartera de inversiones. El contrato es autorizado por oficio de la Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda, y se encuentra vigente hasta el 31 de marzo de 2019.

⁷⁷ Esta entidad administra la cartera de inversiones del CNTV ajustándose a los tipos de instrumentos acordados en el plan de inversión, y la disponibilidad de recursos de acuerdo al flujo de pagos de los proyectos. La rentabilidad devengada de estos recursos se reinvierte y actualmente existe un proceso de negociación entre el CNTV y el Ministerio de Hacienda acerca del uso futuro de estos recursos excedentes.

En base a estos antecedentes, el Panel considera que la administración de los fondos es eficiente, se enmarca en una atribución legal, y resuelve de manera efectiva el uso de los fondos en la generación de los servicios, asegurando el destino para el cual fueron asignados.

De esta forma, el presupuesto del año, si bien se devenga en el mismo año por medio de esta operación financiera, el gasto se materializa en los proyectos en los años siguientes. Esta modalidad de administración del presupuesto determina que el gasto efectivo del programa tenga poca variación con relación a su presupuesto.

El gasto total del programa partió el año 2015 en 7,4 mil millones de pesos y terminó el año 2018 en 6,1 mil millones de pesos, disminución que se explica por los menores aportes realizados por los beneficiarios de los proyectos, sin embargo, estos aportes representaron el 36% del gasto en el período^{78 79}. Los aportes de los beneficiarios son pecuniarios y no pecuniarios⁸⁰

Cuadro 19: Gasto Efectivo Total del Programa (Miles de \$ 2019) (*)			
AÑO	FONDO CNTV	Aportes	Total Gasto del Programa
2015	4.712.735	2.777.009	7.489.744
2016	4.717.056	3.651.770	8.368.826
2017	4.761.557	3.299.405	8.060.962
2018	4.810.837	1.378.174	6.189.011
TOTAL PERÍODO	19.002.185	11.106.358	30.108.543
%	63,1%	36,9%	100,0%
(*) Incluye gastos de administración. Fuente: CNTV.			

En relación al gasto asignado por componente del presupuesto institucional, se aprecia que el Componente 1, dirigido a desarrollar programas de técnica acción real, absorbe el 84% del gasto total en el período, pero con una disminución de 15% en el gasto total. Por su parte, el gasto asignado al Componente 2, dirigido a desarrollar programas de animación representó el 16% del gasto del período, aumentando 132% el gasto entre los años 2015 y 2018. El gasto total en los componentes disminuyó 6% en el período.

Otros aspectos de la evolución del gasto por componente son los siguientes:

- El gasto en programas de acción real ascendió en promedio a 3,5 mil millones de pesos anuales entre 2015 y 2018. En el año 2015 fue de 4,1 mil millones de pesos mientras que en el año 2018 sólo ascendió a 3,5 mil millones de pesos. La disminución en el gasto de este componente se ha debido principalmente al aumento en el gasto asignado a los programas de animación a partir del

⁷⁸ Si bien el Fondo CNTV contempla el cofinanciamiento de los proyectos por parte de las entidades postulantes, los proyectos pueden postular a ser financiados en forma total o parcial por el fondo, exceptuando las nuevas temporadas de los programas. Los canales de cobertura nacional que postulan sin productora independiente deben aportar al menos el 30% del costo de producción.

⁷⁹ Si bien esta información corresponde a datos de postulación, de acuerdo a la opinión del programa la baja experimentada en los aportes en el 2018 se explica porque son proyectos que recién están comenzando y pueden lograr en el proceso de producción mayor inversión.

⁸⁰ En caso de ser seleccionado el proyecto, el postulante debe entregar respaldo de los aportes pecuniarios comprometidos ante notario. Si el proyecto postulado obtuvo otros fondos, nacionales o internacionales, públicos o privados, se incluyen en el presupuesto como aporte propio. El postulante debe también declarar en el presupuesto como aporte propio los gastos en que incurre por concepto de desarrollo del proyecto. En relación a los aportes no pecuniarios, éstos corresponden al uso de dependencias como locaciones, aportes que se valorizan y se incluyen en el presupuesto.

año 2016, año en que también disminuyó el gasto total del programa. El gasto total del componente en el período fue de 14,1 mil millones de pesos.

- El gasto en programas de animación ascendió en promedio a 659 millones de pesos anuales en el período 2015-2018. El gasto en este componente tuvo un incremento significativo el año 2016, retrocediendo en los años siguientes. El gasto total del componente fue de 2,6 mil millones de pesos.

Cuadro 20: Gasto Total por Componente, años 2015-2018									
En miles de \$ de 2019 (*)									
Componente	2015		2016		2017		2018		Variación 2015-2018
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	%
COMPONENTE 1. Programas financiados de técnica acción real	4.169.364	94%	3.003.415	74%	3.454.102	83%	3.548.670	85%	-15%
COMPONENTE 2. Programas financiados de técnica animación	261.919	6%	1.059.345	26%	710.190	17%	606.572	15%	132%
Total	4.431.282	100%	4.062.760	100%	4.164.293	100%	4.155.242	100%	-6%

Fuente: CNTV.
 (*) El gasto en los años 2016-2018 no coinciden con las transferencias corrientes de cuadros anteriores debido a que no se incluye el financiamiento de los proyectos del fondo comunitario que fue una línea experimental esos años, que ascendió para el año 2016 M\$ 164.563, para el año 2017 M\$ 298.926 y para el año 2018 a M\$291.033 (\$2019)

3.2. Ejecución presupuestaria del programa

La ejecución presupuestaria del programa Fondo CNTV se acerca al 100% en todos los años. Tal como se explicó anteriormente, la modalidad de administración de los fondos y de transferencia de los recursos a los beneficiarios de los proyectos, determina este equilibrio entre presupuesto y gasto devengado.

Cuadro 21: Presupuesto y Gasto Efectivo del Fondo CNTV			
En miles de \$ de 2019			
AÑO	Presupuesto Inicial del Programa (a)	Gasto Devengado (b)	% (b/a)*100
2015	4.713.682	4.712.735	100,0%
2016	4.739.422	4.717.056	99,5%
2017	4.773.565	4.761.557	99,7%
2018	4.811.887	4.810.837	100,0%

Fuente: CNTV.

3.3. Aportes de Terceros

Como se ha analizado a lo largo del informe, el aporte de terceros es muy importante para el programa como financiamiento complementario del costo de producción de los programas de TV, siendo aportes en recursos monetarios o servicios no pecuniarios valorizados en el presupuesto del proyecto⁸¹. Como se aprecia en el cuadro siguiente, en el global del período estos aportes han provenido en un 34% por parte del adjudicatario del proyecto, un 36% de terceros inversionistas, y un 30% desde los canales de televisión, que posteriormente emiten los programas producidos.

El aporte en financiamiento para la producción ascendió en total a 11,1 mil millones de pesos (\$2019), representando un 58% adicional al financiamiento entregado por el Fondo CNTV. Estos aportes tuvieron un incremento relevante el año 2016, donde llegaron a los 3,6 mil millones de pesos (\$2019), decreciendo en el último año a MM\$ 1.378 (pesos de 2019), año en que sólo representó el 29% del aporte del Fondo CNTV. En los últimos años, esta disminución se explica por el menor aporte del adjudicatario, pero principalmente de terceros inversionistas.

Aparte de los aportes para el financiamiento de la producción, montos que deben ser declarados en los proyectos al momento de postular, los programas reciben un aporte de los canales de televisión para la promoción y difusión de los programas⁸². Estos aportes consisten en publicidad en pantalla en los mismos canales, valorada en a precios de mercado, y promoción en otros medios publicitarios. La cifra total de estos aportes ascendió en el período a MM\$ 12.757 (pesos de 2019), superando a los aportes para el financiamiento de la producción, evidenciando la importancia que tiene esta etapa en la cadena de valor de las producciones audiovisuales. El aporte en promoción y difusión parte en el año 2015 en 4,5 mil millones de pesos, ha sido fluctuante en el período, pero cayó significativamente en el último año 2018 a 2,6 mil millones de pesos.

En el total del financiamiento del programa, la suma de los aportes a las producciones CNTV han representado un 125% adicional al aporte del Fondo.

Cuadro 22: Aportes de Terceros al Financiamiento de los Programas CNTV (Miles de \$ 2019)

AÑO	APORTE ADJUDICATARIO	APORTE TERCEROS	APORTE CANAL PRODUCCIÓN	APORTE TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	% SOBRE FONDO CNTV	APORTE CANAL PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	APORTE TOTAL	% SOBRE FONDO CNTV
2015	725.723	542.654	1.508.632	2.777.009	59%	4.565.940	7.342.948	156%
2016	2.156.020	919.538	576.213	3.651.770	77%	1.760.259	5.412.029	114%
2017	586.608	2.098.331	614.465	3.299.405	69%	3.828.578	7.127.983	149%
2018	353.729	379.887	644.558	1.378.174	29%	2.602.499	3.980.673	83%
TOTAL PERÍODO	3.822.079	3.940.410	3.343.869	11.106.358	58%	12.757.276	23.863.634	125%
%	34,4%	35,5%	30,1%	100,0%				

(*) Incluye gastos de administración.

Fuente: CNTV.

⁸¹ Estas entidades aportantes son financistas que tienen interés en que el proyecto se realice, por lo general son parte de la industria audiovisual como empresas proveedoras de servicios, de arriendos de equipos, etc. pero también existe la figura de que sean aportes de personas y/o empresas externas a la industria, por ejemplo, una empresa de cualquier rubro que aporte con el uso de sus dependencias como locación.

⁸² Estos aportes para la promoción y difusión, si bien son declarados en los proyectos postulantes, no se pueden contabilizar en el costo de producción.

3.4. Recuperación de Gastos

El Fondo CNTV no tiene una política de recuperación de gastos, y no es uno de los objetivos del programa.

Al analizar la importancia de la inversión realizada para la producción y la posterior promoción de los programas de TV, y el interés demostrado por las productoras, que postulan en gran cantidad a los concursos del Fondo, es posible suponer la existencia de utilidades en este nicho de la industria⁸³. Sin embargo, el CNTV no conoce el eventual ingreso que perciben las productoras por parte de los canales de televisión por la emisión de los programas financiados ya que esto responde a una negociación realizada entre privados, en la cual el CNTV no participa.

Por otra parte, es conocido el problema de sustentabilidad financiera que atraviesan actualmente los canales de televisión, el alto costo en la producción de programas de TV, y el alto riesgo involucrado en el éxito comercial de estos programas. Una eventual política de recuperación de gastos tendría que considerar que las utilidades producidas por algunos programas podrían estar compensando pérdidas en otras producciones.

Desde el punto de vista del programa, la política de recuperación de gastos dice relación con lógicas empresariales y no con el objetivo del Fondo que es poner a disposición de los telespectadores programas de los contenidos ya mencionados.

4. EFICIENCIA

4.1. A nivel de resultados intermedios y finales.

El primer indicador definido en la MML para medir la eficiencia del Fondo CNTV es la participación del financiamiento del programa en relación al costo de producción de los proyectos⁸⁴, indicador que, si bien ha tenido fluctuaciones, parte en el año 2015 en un 61% de participación, para terminar en el año 2018 con el 75% de participación en el financiamiento de los programas, lo que significa un aumento de 22% en el período.

Al mismo tiempo, los canales de televisión han disminuido sus aportes en promoción y difusión en relación al costo total de los proyectos, dado que en el año 2015 este aporte duplicaba el costo del proyecto, mientras que en el año 2018 sólo alcanzaba el 63% del costo, una disminución de 39%. Si bien este menor gasto en la promoción de los programas no afecta directamente en la calidad técnica de los productos, podrá resultar en una menor audiencia, y por lo tanto afectar el cumplimiento de los objetivos del programa, que es el consumo de los contenidos que pone en pantalla.

No se cuenta con antecedentes para evaluar las causas que provocan la trayectoria de estos indicadores, para explicar la disminución de la participación del financiamiento de las productoras audiovisuales y de la promoción de los canales de TV, más allá de lo explicitado en la justificación, y si existen elementos estructurales en la industria que pudieran estar determinando que esta variación sea permanente en el tiempo. Los indicadores de eficiencia del programa son dependientes de variables propias de la industria,

⁸³ Esto tiene que ver con el modelo de negocios de la industria, ya que los canales invierten en los programas CNTV y acuerdan los contenidos para los segmentos de público en los horarios de emisión. Por definición buscan un margen de utilidad en el uso de esa franja horaria como para cualquier otro programa, con el riesgo de sintonía involucrado. La existencia de utilidad en la emisión de programas en cada franja horaria forma parte del modelo de negocios, no teniendo sentido esperar que por ser programas CNTV los canales de televisión no tengan este objetivo al incluirlos en su oferta.

⁸⁴ El programa financia el costo de producción de los programas, considerando todas las etapas necesarias para su emisión en los canales de televisión, incluyendo el costo de preparación de los proyectos y la post producción.

ya sea de las tecnologías de producción de los programas, así como de la cadena de valor, y específicamente de comercialización en la televisión abierta. Es importante considerar que el Fondo CNTV es el único subsidio estatal que financia programas de TV, incluyendo todas las etapas de realización que esto conlleva: preproducción, producción (grabación o rodaje) y postproducción, por lo que la producción con contenidos de alto nivel cultural es dependiente de este financiamiento⁸⁵.

Un segundo grupo de indicadores mide el costo que significa para el CNTV tener un hogar que sea telespectador de sus programas. Al comparar el número de hogares que visualizan los programas de CNTV emitidos durante el año con el financiamiento entregado por el Fondo a esos programas, se estima un costo de 3.824 pesos por hogar el año 2015, disminuyendo a 2.713 pesos por hogar el año 2018, un 29% menos. Un factor determinante de la disminución del gasto promedio, a pesar de la disminución de audiencia, es el efecto de las repeticiones de programas financiados en años anteriores a un menor costo. Considerando que el valor de una entrada al cine en multisalas se encuentra por sobre los 4.000 pesos, el costo por hogar/programa CNTV se valora de manera eficiente.

Un indicador complementario compara el número de hogares que visualizan los programas de CNTV emitidos durante el año con el gasto realizado por el Fondo ese mismo año, en la producción de programas que se emitirán en años posteriores. Este indicador muestra que en el año 2015 el Fondo gastó 926 pesos por hogar telespectador, y en el año 2018 gastó 1.110 pesos por hogar, un 20% más. Esta variación está explicada por la caída en las audiencias en el período, lo cual puede ser un resultado de la importancia en las repeticiones en la oferta programática del CNTV.

Estos indicadores de eficiencia dependen del costo de producción de los programas, que está determinado por las funciones de producción actuales de la industria, donde se requiere implementar tecnologías para lograr un resultado de calidad mínima esperada, y del número de hogares residentes en el país, ambos factores que son externos y no dependen del programa. Pero estos indicadores también dependen del éxito en audiencias de los programas de TV, donde, si bien existe un riesgo inherente en este resultado, en parte depende de la correcta selección de proyectos de calidad. Si se considera que el rating de audiencia que tienen los programas del CNTV son buenos, los resultados de costo por hogar telespectador es apropiado.

Cuadro 23					
Indicadores resultados intermedios y finales años 2015 - 2018					
En % y \$ de 2019					
Indicador / Años	Año				Variación 2015-2018
	2015	2016	2017	2018	
Economía/Producto Participación del financiamiento del Fondo-CNTV en relación al costo de producción de los proyectos.	61%	53%	56%	75%	22%
Economía/Resultado Intermedio Porcentaje del aporte de los canales de TV en promoción y difusión en relación al costo total del proyecto.	103%	43%	92%	63%	-39%
Eficiencia/Producto Costo promedio por HOGAR telespectador de programas de televisión EMITIDOS por el Fondo. (*)	3.824,1	3.509,5	3.039,4	2.713,9	-29%

⁸⁵ Si bien el fondo financia todas las etapas de realización de un programa de televisión, puede financiar parcialmente el costo total del proyecto.

Cuadro 23
Indicadores resultados intermedios y finales años 2015 - 2018
En % y \$ de 2019

Indicador / Años	Año				Variación 2015-2018
	2015	2016	2017	2018	
Eficiencia/Producto Costo promedio anual por HOGAR telespectador de programas de televisión financiados por el Fondo.	926,4	1.354,6	1.627,3	1.110,5	20%
Fuente: CNTV. (*) Se calcula con el costo de los programas emitidos sin importar el año de financiamiento, a pesos del año 2019.					

4.2. A nivel de actividades y/o componentes. Relaciona gastos con productos

Los costos promedios de los programas de televisión con financiamiento del Fondo CNTV se presentan en el cuadro siguiente, diferenciando por una parte el costo CNTV, después el costo total de producción que incluye el aporte y apalancamiento de las productoras, y finalmente el costo total de producción más promoción y difusión que incluye el aporte de los canales de televisión por este último concepto.

En relación al componente producción de programas de acción real:

- El costo CNTV (valor financiado por el programa) ha fluctuado entre 150 millones pesos (\$2019) por programa en el año 2016 y 314 millones pesos (\$2019) en el año 2017, finalizando el período con un costo de 295 millones pesos (\$2019) por programa en el año 2018, aumentando un 13%.
- El costo promedio de producción de un programa de televisión de alto nivel cultural ascendió, considerando todas las fuentes de financiamiento, a 425 millones de pesos (\$2019) en el año 2015, disminuyendo a 396 millones de pesos (\$2019) por programa en el año 2018, un 7% menos.
- El costo promedio total, de producción y promoción de un programa CNTV de acción real fue de 691 millones de pesos (\$2019) en el año 2015, y de 584 millones de pesos (\$2019) en el año 2018, disminuyendo un 15% en el período.

En relación al componente producción de programas de animación:

- El costo CNTV ha fluctuado entre 130 millones pesos (\$2019) por programa en el año 2015 y 236 millones pesos (\$2019) en el año 2017, finalizando el período con un costo de 151 millones pesos (\$2019) por programa de animación en el año 2018, aumentando un 16%.
- El costo promedio de producción de un programa de animación, considerando todas las fuentes de financiamiento, ascendió a 198 millones de pesos (\$2019) en el año 2015, disminuyendo a 193 millones de pesos (\$2019) por programa en el año 2018, un 2% menos.
- El costo promedio total, de producción y promoción de un programa CNTV de animación fue de 353 millones de pesos (\$2019) en el año 2015, y de 280 millones de pesos (\$2019) en el año 2018, disminuyendo un 21% en el período.

La disminución en los costos de producción se ha producido por el menor aporte que están realizando las empresas productoras al financiamiento de los proyectos y al menor apalancamiento de terceros inversionistas, por lo que, este costo puede estar afectado más por la menor disponibilidad financiera, que por estructuras de producción de la industria y precios de los insumos de los proyectos que hayan mejorado la eficiencia en la industria. En este sentido, la disminución en el costo de producción de los programas de TV debe entenderse como una menor inversión y financiamiento a la producción de estos contenidos y no como un abaratamiento en las estructuras de costos.

La pregunta ¿cuánto cuesta producir un programa de televisión? no tiene una respuesta determinada, toda vez que el costo puede aumentar tanto como se esté dispuesto a pagar por los factores que intervienen (actores, directores, tecnología) o el mercado esté en condiciones de rentabilizar. Sin embargo, sí es importante indagar en cuánto es el costo mínimo que requiere una producción para entregar un producto de calidad que permita éxitos comerciales y de audiencia. Los costos promedios de producción de series de televisión del CNTV pueden estar reflejando este costo mínimo al cual actualmente se están produciendo estos programas⁸⁶, sin embargo, no se cuenta con estudios o evaluaciones que lo permitan afirmar.

No se cuenta con antecedentes para evaluar si la calidad o la duración de los programas ha disminuido por efecto de este menor financiamiento, lo que permitiría poder concluir que ha aumentado la eficiencia del programa en la producción de las series de televisión. La inversión en promoción también ha disminuido, lo que puede estar reflejando los problemas de financiamiento que afectan a la industria televisiva.

Cuadro 24: Costo Promedio por Unidad de Producto FONDO CNTV - Años 2015 - 2018					
(Miles de \$ 2019)					
Componente	Año				Variación 2015-2018
	2015	2016	2017	2018	
COMPONENTE 1. Programas financiados de técnica acción real					
Costo Promedio CNTV	260.585	150.171	314.009	295.723	13%
Costo Promedio de Producción (CNTV + Aportes)	425.765	293.071	582.467	396.608	-7%
Costo Promedio de Producción + Promoción y Difusión	691.684	345.769	906.631	584.499	-15%
COMPONENTE 2. Programas financiados de técnica animación					
Costo Promedio CNTV	130.959	176.557	236.730	151.643	16%
Costo Promedio de Producción	198.029	308.850	352.188	193.531	-2%
Costo Promedio de Producción + Promoción y Difusión	353.642	426.567	439.776	280.483	-21%
Fuente: CNTV. Notas: - La estimación del costo promedio CNTV se realiza mediante la suma de los aportes que realiza el fondo a cada proyecto seleccionado en cada año, dividido por el número de proyectos aprobados del mismo año. - La estimación del costo promedio de producción se efectúa mediante la suma de los aportes que realiza el fondo más todos los demás aportes que realizan los beneficiarios, incluidos los de los canales de televisión, dividido por el número de proyectos aprobados del mismo año.					

El costo promedio por beneficiario se realiza comparando las audiencias de los programas CNTV (hogar y persona) con el financiamiento realizado por el Fondo en la producción de estos programas, incluyendo las emisiones de estrenos, así como las repeticiones de programas. Si bien las repeticiones no constituyen un costo adicional para el Fondo, y por lo tanto el gasto involucrado en cada programa debiera prorratearse en la suma de los telespectadores de cada emisión, no se dispone de esta información, por lo que la estimación de este indicador es un proxy del costo promedio real.

⁸⁶ Actualmente no existe un itemizado formal de costos, y el aseguramiento de la eficiencia financiera de los proyectos se realiza a través de evaluadores externos de los proyectos, que analizan la coherencia del presupuesto con el tipo de programa y con los valores de mercado.

El costo promedio por hogar de los programas de acción real emitidos fue de 3.662 pesos (\$2019) el año 2015 y de 2.510 pesos (\$2019) el año 2018, disminuyendo un 31% en el período. En el caso de los programas de animación, el gasto promedio por hogar fue de 5.882 pesos (\$2019) el año 2015 y de 5.309 pesos (\$2019) el año 2018, disminuyendo un 10% en el período. El gasto promedio disminuyó, a pesar de la disminución de audiencia, por efecto de las repeticiones de programas financiados en años anteriores a un menor costo.

Cuadro 25: Costo Promedio Componente por Beneficiario FONDO CNTV - Años 2015 - 2018 (\$ 2019)					
Componente	Año				
	2015	2016	2017	2018	Variación 2015-2018
COMPONENTE 1. Programas EMITIDOS de técnica acción real					
Costo Promedio CNTV por hogar	3.662	3.094	2.600	2.510	-31%
Costo Promedio CNTV por persona	3.079	2.590	2.063	2.171	-29%
COMPONENTE 2. Programas EMITIDOS de técnica animación					
Costo Promedio CNTV por hogar	5.882	15.045	10.283	5.309	-10%
Costo Promedio CNTV por persona	5.107	12.188	8.839	4.464	-13%
Fuente: CNTV. Notas: - La estimación del costo promedio CNTV de los programas emitidos se realiza mediante la suma actualizada a \$2018 de los aportes realizados por el fondo a los programas emitidos en cada año dividida por el número de telespectadores de estos programas en el año correspondiente. - Debido a que muchos programas emitidos son repeticiones de programas financiados en años anteriores, se requiere contar con el financiamiento otorgado por el fondo a los programas en cada año, emitiéndose programas financiados desde el año 2015. Se cuenta con el 87% de la información del financiamiento de estos programas apoyados en años anteriores.					

En la descripción del gasto anual del programa por beneficiario, se utiliza como referencia a las empresas productoras beneficiadas en los concursos, ya que, los hogares dispondrán de estos contenidos en los canales de televisión en años futuros.

En promedio, el gasto total por productora beneficiaria de los concursos ascendió en el año 2015 a 246 millones de pesos (\$2019), y en el año 2018 a 259 millones de pesos (\$2019), aumentando un 5,5% en el período. El Fondo CNTV gastó 15 millones de pesos (\$2019) en gastos de administración por beneficiario en el año 2015 y 22 millones de pesos (\$2019) en el año 2018, aumentando un 45% el gasto de administración por beneficiario. El gasto total por empresa audiovisual beneficiada en el concurso en el año 2018 fue de 282 millones de pesos (\$2019), un 7,9% superior al año 2015.

Es una opinión de los actores de la industria audiovisual el alto costo que tiene la producción de un programa de televisión, y el aumento que ha tenido este costo en el tiempo con los cambios tecnológicos producidos en la industria. Además, el costo promedio de la cartera de proyectos aumenta en la medida en que aumenta el riesgo comercial de los programas, situación que afecta a la programación de alto nivel cultural, ya que, los canales de televisión evitan correr el riesgo por programar estos contenidos. Por otra parte, el Fondo CNTV comparte el riesgo de los proyectos en la medida que incluye en el financiamiento de éstos, aportes de las productoras y los canales de televisión.

No se cuenta con estudios de costos en la industria que permita establecer estándares de eficiencia con los cuales comparar el costo de las producciones del Fondo CNTV. Sin embargo, dado que se realizan

evaluaciones financieras de los proyectos, es posible afirmar que la producción de los programas de TV se efectúa a precios de mercado, que es un costo de referencia.

Cuadro 26: Gasto en componentes, gasto en administración y gasto total del programa por empresa beneficiaria de los concursos 2015-2018 (miles de \$ 2019)			
AÑO	Gasto Total Componentes por Beneficiario	Gasto Administración por Beneficiario	Gasto Total Programa por Beneficiario
2015	246.182	15.636	261.819
2016	156.260	11.080	167.340
2017	297.449	21.310	318.759
2018	259.703	22.785	282.488
Variación 2015-2018	5,5%	45,7%	7,9%

Fuente: CNTV.

4.3. Gastos de Administración

Los gastos de administración han tenido una trayectoria creciente, desde los 281 millones de pesos del año 2015 hasta los 364 millones de pesos gastados en el año 2018, un aumento del 29% en el período. Debido a que el total de gastos del programa aumentó solamente 2,1% en estos años, la participación de los gastos de administración en el gasto total creció un 26%, desde el 6% del año 2015 a un 7,6% en el año 2018.

Cuadro 27: Gastos de Administración del Programa Años 2015-2018 En miles de \$ de 2019			
AÑO	Gastos de Administración	Total Gastos del Programa	(Gastos administración / Gasto total del Programa)
2015	281.453	4.712.735	6,0%
2016	288.078	4.717.056	6,1%
2017	298.338	4.761.557	6,2%
2018	364.562	4.810.837	7,6%
Variación 2015-2018	29,5%	2,1%	26,9%

Fuente: CNTV.

5. IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA

La estrategia que desarrolla el programa permite poner a disposición contenidos audiovisuales culturales de interés nacional para diversificar la pantalla, mediante el fomento de programas de TV, a través de la realización de un fondo concursable dirigido a productoras.

El Fondo CNTV tiene definidos los procesos para la producción de los servicios de financiamiento y desarrollo de oferta de programas de televisión, definiendo apropiadamente las etapas, productos, plazos y responsables de cada etapa.

El programa cuenta con un adecuado sistema de asignación y transferencia de recursos, así como de revisión y seguimiento de las rendiciones de cuentas de los adjudicatarios de los proyectos. El Fondo, si bien no tiene una política de aportes obligatorios de terceros en el financiamiento de los proyectos, en los años analizados las productoras y los canales de televisión han contribuido significativamente con el financiamiento de los costos de producción y de la posterior difusión de los programas, compartiendo el riesgo financiero y comercial.

Para realizar el seguimiento de sus programas emitidos en los canales de televisión, el CNTV cuenta con mediciones de audiencias mediante metodologías e indicadores utilizados por la industria, lo que le permite realizar comparaciones con estos estándares.

El Fondo CNTV es exitoso operacionalmente al lograr su objetivo de poner en pantalla el contenido que financia, ya que de esa manera logra llegar a sus beneficiarios, la audiencia. El Fondo asegura la emisión de los contenidos financiados poniendo como condición para la firma del contrato y entrega de los recursos, el compromiso de emisión de los programas por parte de un canal de televisión en los horarios establecidos para cada línea de concurso.

Los programas CNTV se emiten a través de los canales de televisión, principal medio de difusión de contenidos, lo que permite llegar satisfactoriamente a la población objetivo.

El Fondo se organiza adecuadamente con las funciones requeridas para sus procesos, contando con recursos humanos con los perfiles profesionales adecuados a estas tareas.

El programa cuenta con un sistema de seguimiento financiero de los proyectos y de resultados de las emisiones de sus programas, pero adolece de no contar con indicadores de la industria audiovisual que permitan dar contexto a sus acciones y potencialmente apalancar la gestión institucional con otros actores del sector.

III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES SOBRE EL DESEMPEÑO GLOBAL

Conclusiones en relación a:

- ***En relación al diseño del programa***

El Fondo CNTV responde a una exigencia establecida en la Ley ° 18.838, proveer programación de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta.

Dicho mandato, corresponde con el problema detectado, acerca de la escasa oferta programática, según las características antes enunciadas (art 12.b⁸⁷) en los canales de televisión abierta, principal medio de difusión masivo, que promueva la identidad, pluralidad, y los valores culturales del país. Este déficit es, principalmente, el resultado de la modalidad de funcionamiento de la televisión abierta, en especial su financiamiento basado en la publicidad, donde los canales no invierten en los contenidos requeridos por la política pública, por el riesgo de recuperar la inversión.

El consumo de televisión abierta, si bien tiene una trayectoria descendente de manera estructural, sigue siendo el principal medio de difusión de contenidos del país, por lo que no se puede prescindir de esta pantalla para la promoción de estos valores, y de los contenidos de interés público.

El Fondo CNTV, despliega una estrategia de financiamiento de programas de acción real y animación, a las productoras y canales que propongan programas en la línea antes mencionada. Por ende, a través del mismo se aporta a la resolución del problema detectado en el diagnóstico, mediante una estrategia coherente al respecto. En este marco, la función del Fondo es relevante en la medida que es el único recurso público existente destinado a financiar este tipo de programas.

El Fondo no aborda directamente la difusión de los programas financiados (ámbito de actuación indicado en la Ley 18838, art 12), lo que ha sido resuelto por la difusión que realizan los canales de televisión, que buscan asegurar la audiencia de cada programa desde una perspectiva comercial. Sin embargo, la oferta programática en su conjunto producida por el CNTV no cuenta con una estrategia de difusión y posicionamiento, que pudiera extender las audiencias y los beneficios de exposición de sus contenidos.

- ***En relación a la implementación del programa***

El Fondo no presenta brechas entre su diseño teórico y su implementación. No se aplican criterios de focalización ya que los bienes producidos (programas televisivos) llegan a todos los hogares de Chile, en tal caso podría existir un proceso de autofocalización, según el interés de la audiencia. Asimismo, el programa, de acuerdo a especificaciones establecidas en la glosa presupuestaria, destina parte de su presupuesto preferentemente a proyectos regionales.

En el uso de las atribuciones institucionales, el CNTV gestiona el presupuesto del Fondo mediante entidad financiera externa que administra los recursos, no generando una carga financiera adicional a la institución, es mas esta gestión se financia con los intereses generados en la misma administración.

⁸⁷ b) Promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad,

El modelo de gestión es adecuado, el CNTV tiene trayectoria en la ejecución del mismo, y ha obtenido resultados positivos en su implementación.

- ***En relación a los costos de proveer el/los bienes y/o servicios del programa***

El costo en la producción de series de televisión depende de las funciones de producción de la industria televisiva, que ha experimentado cambios tecnológicos determinados por la transición a la “alta definición”, provocando aumentos en las estructuras de costos de las producciones.

Por otro lado, ha disminuido el costo de las producciones financiadas por el Fondo en el período de evaluación, en parte se ha debido al menor aporte de los canales de televisión (lo que ha sido compensado parcialmente por un mayor aporte del CNTV en el financiamiento de los programas). El menor financiamiento global ha provocado que los proyectos se realicen a un menor costo. El presupuesto del Fondo se ha mantenido estable, en el periodo de evaluación, por ende, se han financiado menos programas. No obstante, el Fondo ha custodiado la calidad de estos.

Si bien los presupuestos de los programas se valorizan a precio de mercado, no se cuenta con análisis de costos en la industria televisiva como para establecer el óptimo entre costo/calidad, de acuerdo a la realidad nacional.

- ***En relación a los resultados del programa, cabe destacar que***

Los programas financiados por el Fondo son valorados como de alta calidad en las encuestas realizadas en diversos años, los indicadores de audiencia de esta programación televisiva son destacables a nivel de la industria y diversos programas CNTV han sido premiados en el sector audiovisual.

La presencia de programas de CNTV en la televisión abierta ha decaído en el período de evaluación, disminuyendo los estrenos y las emisiones de programas antiguos, lo que ha tenido un impacto directo sobre las audiencias de los contenidos culturales, que se promueven como política pública en los canales de televisión. La participación de la oferta de programas CNTV en el total de la oferta televisiva no alcanza a representar el 1% de esta, disminuyendo desde un 0,97% (2015) a un 0,45% (2017). Y en relación a la oferta emitida en la Franja Cultural, la participación del Fondo CNTV disminuyó de un 16,5% (2015) a un 7,4% (2017), lo que representa una caída en un 55%.

Esta situación no ha afectado al cumplimiento del Propósito, en tanto éste carece de un nivel óptimo a alcanzar. Sin embargo, la disminución de la oferta Fondo CNTV, afecta la disponibilidad, variedad y diversidad de contenidos.

El impacto sobre los hogares (población objetivo) debido a la disminución de esta oferta, no ha sido documentado ya que no se cuenta con metodologías que permitan cuantificar estos efectos socioculturales. Como no existen definiciones de política pública ni tampoco mediciones que permitan establecer la oferta óptima en pantalla, de programas con contenidos de interés público, el programa no tiene la posibilidad de establecer metas proyectivas de producción.

Por otro lado, la disminución de la oferta no refiere a la incapacidad creativa de la industria. De hecho, las productoras presentan doce veces más proyectos a los concursos que los que el Fondo financia, por lo que, existe disponibilidad de contenidos en el sector audiovisual televisivo, para generar una oferta de programación cultural.

- **Consideraciones:**

La industria de la TV abierta, atraviesa problemas de sostenibilidad financiera que se ha reflejado en la disminución de los aportes correspondientes a las contribuciones que realizan productoras y canales de televisión al financiamiento de los programas. Y de acuerdo a la trayectoria de costos de producción en aumento, se podría observar, a futuro, un impacto negativo en la cantidad de la oferta de programas del Fondo, atentando ello contra el logro de su objetivo (artículo 12 b). Observación mencionada a considerar en la proyección del Fondo CNTV como proveedor único de un bien cultural.

Asimismo, cabe mencionar que el Fondo CNTV, esta mandado por Ley, por consiguiente, su ámbito de acción y gestión es limitado. Temáticas vinculadas a la industria televisiva abierta, en sentido amplio, escapan a su acción (por ejemplo, la regulación de la Franja Cultural); por otro lado, se carece de una política pública sobre el ámbito audiovisual televisivo, que permita funcionar como eje orientador en la operación del programa.

2. RECOMENDACIONES

Diseño

Se recomienda realizar un análisis prospectivo en relación a las plataformas y pantallas alternativas y/o complementarias a los canales de televisión, disponibles actualmente o a futuro, vinculadas al logro del programa. En base a este análisis, establecer la importancia actual de la televisión como pantalla de difusión de contenidos de interés cultural/público, en relación al auge de las otras plataformas y la posibilidad de ser incorporadas como plataformas de transmisión.

Se recomienda generar instancias de coordinación institucional con los otros programas de la industria cultural audiovisual para optimizar la difusión de los contenidos audiovisuales nacionales mediante la creación de plataformas únicas (ONDAMEDIA, WEBCNTV), especialmente desde el CAIA.

Costos de producción

Se sugiere contar con estudios de estructura de costos de la industria audiovisual televisiva, y específicamente de la producción de series de televisión, con el objetivo de establecer un óptimo referencial sobre la relación costo/calidad y un modelo de actualización de costos.

Es necesario prospectar y realizar una evaluación de la factibilidad económica de incluir dentro de las acciones del Fondo el financiamiento de la promoción y difusión de los programas que financian, en su conjunto.

Se recomienda hacer seguimiento a las rentabilidades generadas por los proyectos de la industria televisiva, productoras y canales, con el objetivo de estimar el aporte que hace el CNTV a la industria y los modelos de negocios involucrados.

Políticas públicas

Si bien las recomendaciones que se realizan en este apartado no son de resorte del programa, el Panel considera relevante su inclusión, a fin de abarcar de manera más amplia el tratamiento del problema público detectado.

Se debe analizar y definir una política audiovisual para la televisión, así como para la participación más amplia en pantalla de los programas financiados por el Fondo CNTV, a fin de contribuir al logro de los efectos esperados en la audiencia.

Se requiere una definición institucional acerca del rol que potencialmente puede cumplir el futuro canal cultural para el logro de los objetivos institucionales y del Fondo CNTV.

Se requiere definir estrategias institucionales e innovar en modelos de negocios en conjunto con los demás actores de la industria, para enfrentar los desafíos actuales del sector (crisis de la televisión, nuevas plataformas, etc.), en el marco del CAIA.

IV. BIBLIOGRAFÍA

- Bravo, M., Amigo, B., Baeza, A., & Cabello, C. (2018). Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena. *Cuadernos info*, 119-134.
- CNTV. (2010). *Tipología de Géneros. Orientaciones para la Codificación de la Programación Televisiva*. Departamento de Supervisión.
- CNTV. (2013). *Discusión Internacional sobre género y televisión*. Departamento de Estudios.
- CNTV. (2014). *Televisión Cultural, Diagnósticos y definiciones*. Departamento de Estudios.
- CNTV. (2017). *Programas del Fondo CNTV. Consumo y emisiones*.
- CNTV. (2018). *Informe que da cuenta de la cantidad de proyectos supervisados y que incorporan la perspectiva de género en sus contenidos*. Santiago.
- CNTV. (2018). *Sistema Televisivo Chileno*.
- CNTV, a. (2018). *Anuario Estadístico. Oferta y Consumo de TV Abierta, 2017*. Santiago: Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales.
- CNTV, b. (2018). *IX Encuesta Nacional de TV*. Santiago: Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales.
- CNTV, c. (2018). *Ficha 11. Reformulación*.
- Constitución Política de la República. (1980). Artículo 12. En *Ley 18838*.
- Figueroa, N., & Le-Bert, J. (2014). *Informe Final de Evaluación. Fondo de Apoyo a Programas Culturales*. Santiago: DIPRES.
- García Canclini, N. (2000). Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales*, Vol. 33 Núm. 129.
- Leal Suazo, G., & et al. (2016). *Estudio sobre el Arte, Cultura y Género: Aproximación a un diagnóstico, para el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*. Chile: Fundación Instituto de la Mujer.
- Ley 18.838. (1989). Crea el Consejo Nacional de Televisión. En M. d. Interior.
- Martín-Barbero. (2000). *Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*.
- Molano, O. L. (2007). *Identidad cultural, un concepto que evoluciona*. Revista Opera 7.
- UNESCO. (1982). Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. México: MONDIACULT.
- UNESCO. (s/f). *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo. Manual Metodológico, Patrimonio*.

V. ENTREVISTAS REALIZADAS

Nombre Apellido	Institución	Vinculación con el programa/problema	Fecha
Macarena López Ingeniera comercial	Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI) Universidad de Chile	Directora carrera de Cine ICEI Productora cine y tv	3 de Enero
Jorque Riquelme Cineasta	Writer Laberinto Films Director, Executive Producer, Screen	Director / Guiónista / Montaje / Filmografía Chilena. Director. Camaleón (2016). Largometraje de ficción. Guión. Camaleón (2016)	6 de Marzo

VI. ANEXOS DE TRABAJO

Anexo 1: Reporte sobre el estado y calidad de la información disponible para evaluar el programa.

- a. Fuentes de información cualitativa y cuantitativa que fueron útiles para identificar la situación problema, correspondiente al campo audiovisual, que dio origen al programa y que permitan proyectar la situación sin programa

De acuerdo a la información inicial, el Fondo-CNTV fue creado con el objetivo de ser un instrumento de fomento para la producción de programas de televisión.

De acuerdo a la descripción inicial, el programa tiene por objetivo el desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como la investigación y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales.

Identificación del documento	Breve descripción del contenido
Pino Diego, Panorama Mundial de Fondos y Mercados. s/f	Se explicitan múltiples alternativas de fondos, encuentros, mercados y organizaciones, vinculadas al desarrollo, financiamiento y distribución de documentales en el mundo.
Antezana Lorena y Cristian Cabalin (ed). Audiencias Volátiles, Televisión, Ficción y Educación .2016. Financiamiento: Proyecto financiado por el Fondo Audiovisual, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Resolución nro. 2375 del 30 de diciembre de 2015.	Presenta los resultados obtenidos de la primera parte de la investigación financiada por el Fondo Audiovisual 2016 "Formación de telespectadores de ficción televisiva nacional: Caracterización y uso de docente" (Folio n° 208859) y responde al segundo objetivo específico planteado que buscaba: "Caracterizar a los telespectadores reales de las producciones televisivas nacionales -ficción e híbridos-; determinar los usos y apropiaciones que realizan y su relación con la vida cotidiana". Según la revisión bibliográfica realizada se constata: la centralidad de la televisión en la vida diaria de los y las chilenos/as; su preferencia por producciones nacionales; la ausencia de estudios de recepción cualitativos sobre este tipo de programas en Chile pese a la importancia que los/las telespectadores/as les otorgan y al lugar que ocupan en su rutina diaria; la distancia que se registra entre las mediciones de audiencia (rating), las encuestas de televisión (CNTV) y las prácticas, hábitos y gustos de los y las telespectadores/as; la relación que existe entre los medios de comunicación y la televisión y las limitaciones a la hora de estudiar su vínculo con los/as telespectadores/as; y las modificaciones en los hábitos de visionado y en la sociabilidad producto de la incorporación de tecnologías que permiten adaptar los programas a la disponibilidad de tiempo de ocio.

Identificación del documento	Breve descripción del contenido
<p>Pablo Julio, Sebastián Alaniz y Francisco Fernández (editores). IV Panorama del Audiovisual Chileno 2015 Dirección de Artes y Cultura de la Pontificia Universidad Católica de Chile</p>	<p>Diagnóstico del quehacer en la industria audiovisual: El capítulo uno da cuenta de los principales instrumentos de fomento para el audiovisual a cargo de las diversas agencias del Estado relacionadas con el sector. En el segundo capítulo se revisan los resultados de exhibición de cine de sala durante 2013. La oferta de la programación de televisión y sus resultados generales de audiencia son analizados en el capítulo tres. En el siguiente capítulo se describen las novedades en la oferta de producción independiente exhibida por la televisión abierta durante 2013. El capítulo cinco se consigna la exhibición del género documental en las distintas plataformas de exhibición. El sexto capítulo analiza la ficción televisiva en 2013 con un especial énfasis en el fenómeno televisivo resultante de la conmemoración de los 40 años desde el golpe militar de 1973. El siguiente capítulo está dedicado a una revisión de la oferta de educación superior en el área de la formación audiovisual. El octavo capítulo hace una puesta al día de los avances en materia de televisión digital. Finalmente, el capítulo nueve estudia el uso de narrativas transmedia en producciones audiovisuales chilenas.</p>
<p>Consejo de la Cultura y las Artes. 2015. Levantamiento De Información Sectorial Para La Construcción de la Política Nacional Audiovisual 2016 -2021</p>	<p>Documento base para alimentar el proceso de construcción de la Política Nacional Audiovisual 2016-2021, liderada por el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, CAIA, perteneciente al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, CNCA.</p> <p>Se trata de una recopilación de los principales estudios, datos y cifras sobre el sector audiovisual, ordenada en 6 capítulos que dan cuenta de las distintas etapas del proceso que va de la creación de una obra audiovisual a su comunicación, comprendiendo también las condiciones institucionales y normativas en que se desarrollan los agentes o actores del sector.</p> <p>Los alcances de este documento son delimitados. En primer lugar, se trata de una recopilación de antecedentes. Por ello, no pretende ser un diagnóstico acabado sino el material necesario para contar con uno. Se delimitó el campo de análisis a las condiciones y procesos en torno a la obra audiovisual y los territorios de competencia de la actual institucionalidad para el sector, en conformidad con lo que plantea la Ley 19.981 Sobre Fomento Audiovisual, dejando fuera el campo de la publicidad. La televisión por su parte no se estudió en sí misma, sino en su relación con la producción de la obra audiovisual.</p>
<p>Reyes Díaz Patricia. 2016. Producción audiovisual</p>	<p>Acerca del sector audiovisual chileno, que enfrenta directamente a las productoras independientes con los</p>

Identificación del documento	Breve descripción del contenido
<p>independiente para televisión. Los altibajos de la industria chilena</p>	<p>canales de televisión Abierta. La autora se pregunta, ¿Cómo se dan los acuerdos entre las cadenas y estas empresas externas? ¿Son esas condiciones las que han perjudicado históricamente a este sector audiovisual, a tal punto de amenazar su existencia? ¿Habrá otros factores que inciden en la inestabilidad de la industria? ¿Por qué es importante que este sector audiovisual pueda sostenerse? ¿Es realmente un sector que aporta a la televisión chilena?</p>
<p>Souza María Dolores. 2015, Debate: Concentración de Medios en la Industria Televisiva Chilena</p> <p>*El trabajo fue realizado por el académico e investigador Luis Breull por adjudicación mediante licitación pública. 2015</p>	<p>Describe los principales conceptos del debate internacional sobre concentración de medios, y aplica éstos y algunos indicadores al sector de la industria televisiva chilena.</p>
<p>Aguilar-Idáñez, María-José Reflexiones conceptuales y metodológicas sobre análisis y producción audiovisual en sociología. EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales, núm. 35, septiembre-diciembre, 2016, pp. 153-173 Universidad Nacional de Educación a Distancia Madrid, España Disponible en: http://www.redalyc.org</p>	<p>Describe el tipo de lenguaje y los diversos códigos de comunicación, no siempre compartidos entre los profesionales autóctonos y los migrantes. Estas asimetrías generan jerarquizaciones de poder que contradicen los valores democráticos y de ciudadanía inclusiva.</p>

b. Bases de datos con información relevante para la evaluación

El uso que se dará a esta información, será evaluar el desempeño del programa en las dimensiones de Eficacia, Calidad, Eficiencia y Economía, en función de los objetivos declarados del programa en sus diferentes niveles.

Nombre	1. Anuario estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta, diversos años
Descripción	Cuadros estadísticos con información de programación y consumo de producción de interés del CNTV
Período de vigencia	2014 - 2017

Nombre	1. Anuario estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta, diversos años
Universo de medición de las variables (censo/muestra)	Encuesta representativa nivel nacional
Frecuencia de medición	Anual
Campos / Variables	Participación de la programación cultural en el total de la oferta de televisión abierta Consumo de oferta cultural en televisión abierta Oferta y consumo oferta Fondo CNTV
Juicio del panel respecto de la calidad de la información y posibilidades de uso en la evaluación	Información relevante para validación del problema y medición de indicadores a nivel de propósito

Nombre	2. Premios y reconocimientos 2014 al 2018
Descripción	Listado de programas con financiamiento del Fondo CNTV con premios y reconocimientos
Período de vigencia	2014 - 2017
Universo de medición de las variables (censo/muestra)	Listado
Frecuencia de medición	Anual
Campos / Variables	Nombre del programa, tipo de premio
Juicio del panel respecto de la calidad de la información	Información relevante para medición de resultados a nivel de calidad del producto

Nombre	3. Compendio de emisiones ganadores FCNTV 1993-2018
Descripción	Tablas en planilla electrónica con los listados de los proyectos ganadores de los concursos del Fondo CNTV
Período de vigencia	1993-2017
Universo de medición de las variables (censo/muestra)	Listados

Nombre	3. Compendio de emisiones ganadores FCNTV 1993-2018
Frecuencia de medición	Anual
Campos / Variables	Línea, Nombre proyecto, Monto Adjudicado, Empresa productora, Canal, Capítulos, Minutos, Total minutos
Juicio del panel respecto de la calidad de la información	Información relevante para medición de resultados a nivel de componentes

Nombre	4. Emisiones 2015-2018 (estrenos y repeticiones)
Descripción	Tablas en planilla electrónica con información de emisiones y espectadores de los programas con financiamiento del Fondo
Período de vigencia	2015-2018
Universo de medición de las variables (censo/muestra)	Listados
Frecuencia de medición	Anual
Campos / Variables	Nombre del Programa, Canal donde se emite, Número de Emisiones, Número de Hogares, Número de Individuos
Juicio del panel respecto de la calidad de la información	Información relevante para medición de resultados a nivel de componentes

Nombre	5. Ganadores FCNTV (Año y montos)
Descripción	Tablas en planilla electrónica con listados de los programas ganadores del Fondo (Fondo CNTV y Comunitario)
Período de vigencia	2015-2018
Universo de medición de las variables (censo/muestra)	Listados
Frecuencia de medición	Anual
Campos / Variables	Nombre Programa, Capítulos, Duración, Categoría, Monto del Premio, Canal, Productora, Región (caso fondo comunitario)
Juicio del panel respecto de la calidad de la información	Información relevante para medición de resultados a nivel de componentes

Nombre	6. Proyectos en desarrollo
Descripción	Planilla electrónica con información de los proyectos ganadores del Fondo actualmente en desarrollo, identifica proyectos en desarrollo ganadores en el año 2014
Período de vigencia	2018
Universo de medición de las variables (censo/muestra)	Censal
Frecuencia de medición	Mensual
Campos / Variables	Nombre Programa, Fondo-CNTV o Concurso Comunitario, Año, Empresa Productora, Canal emisor, Monto Adjudicado, Fecha de inicio, Fecha de término, Estado Avance contenido, Rendido
Juicio del panel respecto de la calidad de la información	Información relevante para medición de indicadores de proceso

Nombre	7. 01 Consolidado - Postulaciones FONDO 2015, 2016, 2017, 2018
Descripción	Tablas en planillas electrónicas con listados de los proyectos postulantes a los concursos del Fondo para cada año.
Período de vigencia	2015-2018
Universo de medición de las variables (censo/muestra)	Listados
Frecuencia de medición	Anual
Campos / Variables	ID, N° de línea concursable, descripción, nombre del proyecto, empresa postulante, monto solicitado.
Juicio del panel respecto de la calidad de la información	Información relevante para comparar la disponibilidad financiera con la demanda de los proyectos, y también para hacer seguimiento a las empresas que participan en los concursos.

c. Revisión global de las Bases de Datos

Mediante la información disponible, al 21 de diciembre, del 2018, es posible identificar datos para los siguientes indicadores:

	Eficacia	Eficiencia	Calidad	Economía	<i>Observación</i>
Fin					La mayoría de la información comprende el período de evaluación
Propósito	X	X			
Componentes	X	X	X		

Anexo 2(a): Matriz de Evaluación del programa

NOMBRE DEL PROGRAMA: FONDO CNTV				
AÑO DE INICIO DEL PROGRAMA: 1992				
MINISTERIO RESPONSABLE: SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO				
SERVICIO RESPONSABLE: CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN				
ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN (Periodicidad de medición)	SUPUESTOS
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo		
FIN: Contribuir, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad.				

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN (Periodicidad de medición)	SUPUESTOS
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo		
PROPÓSITO: Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.	Eficacia/ Resultado Intermedio Número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	Nº de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año t	Base de datos ESTRENOS / Anual	
	Eficacia/Resultado Final Número de telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo	Nº de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t - HOGARES	Base de datos EMISIONES / Anual	
		Nº de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t - PERSONAS	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Resultado Final Tasa de variación de telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$((N^{\circ} \text{ de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año } t / N^{\circ} \text{ de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año } t-1) * -1)100$	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Cobertura Porcentaje de hogares telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(N^{\circ} \text{ de hogares telespectadores de la población objetivo de la oferta Fondo CNTV año } t / N^{\circ} \text{ total de hogares población objetivo año } t) * 100$	Base de datos EMISIONES, Encuesta CASEN / Anual	
Eficacia/Resultado Final Afinidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(\text{Promedio Rat\% Target} / \text{Rat\% Universo}) * 100 - \text{POBLACIÓN OBJETIVO}$	Base de Datos de Audiencia People Meter / Anual		

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN (Periodicidad de medición)	SUPUESTOS
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo		
	Eficacia/Resultado Intermedio Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el fondo.	\sum de horas de programación de la oferta Fondo CNTV en televisión abierta año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva.	$(\sum$ de horas de programación de la oferta Fondo CNTV año t / $(\sum$ de horas totales de programación de la oferta televisión abierta año t)*100	Anuarios estadísticos / Anual.	
	Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva de programas de televisión de alto nivel cultural.	$(\sum$ de horas de programación de la oferta Fondo CNTV año t / $(\sum$ de horas totales de programación de la oferta televisión abierta de televisión de alto nivel cultural año t)*100	Anuarios estadísticos / Anual.	
	Eficacia/Cobertura Porcentaje de proyectos financiados por el Fondo.	$(N^{\circ}$ de proyectos apoyados por el Fondo año t / N° total de proyectos postulados año t) * 100	Base de datos POSTULACIONES / Anual	
	Economía Participación del financiamiento del Fondo-CNTV en relación al costo de producción de los proyectos.	$(\sum$ Financiamiento de proyectos apoyados Fondo CNTV año t / \sum Costo total de producción proyectos apoyados Fondo CNTV año t) * 100	Base de datos POSTULACIONES / Anual	
	Economía Porcentaje del aporte de los canales de TV en promoción y difusión en relación al costo total del proyecto.	$(\sum$ Aportes de los canales de TV en promoción y difusión de los programas financiados por el fondo año t / \sum Costo total de producción proyectos apoyados Fondo CNTV año t) * 100	Base de datos POSTULACIONES / Anual	
	Eficiencia/Proceso Porcentaje de gastos de administración con respecto al gasto total del programa.	$(Gastos$ administrativos del programa año t / Gasto total del programa año t)*100	Glosas presupuestarias / Anual	
	Eficiencia/Producto Costo promedio por HOGAR telespectador de programas de televisión emitidos financiados por el Fondo.	\sum financiamiento de programas emitidos oferta Fondo CNTV año t / N° de HOGARES telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t - POBLACIÓN OBJETIVO	Base de datos POSTULACIONES, Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficiencia/Producto Costo promedio anual por HOGAR telespectador de programas de televisión financiados por el Fondo.	\sum financiamiento de programas financiados oferta Fondo CNTV año t / N° de HOGARES telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t - POBLACIÓN OBJETIVO	Base de datos POSTULACIONES, Base de datos EMISIONES / Anual	

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN (Periodicidad de medición)	SUPUESTOS
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo		
	Calidad/Producto Premios y/o reconocimientos obtenidos por programas de televisión de alto nivel cultural financiados por el Fondo.	Nº de premios de la oferta Fondo CNTV año t	Registro interno CNTV premiaciones	
	Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	Promedio (Ats# / Length)	Base de Datos de Audiencia People Meter / Anual	

COMPONENTES:	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN (Periodicidad de medición)	SUPUESTOS
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo		

Componente 1				
Programas financiados de técnica acción real				
Sub componente Ficción Sub componente No Ficción	Eficacia/Producto Número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	Nº de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Resultado Final Número de hogares telespectadores de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de hogares telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Producto Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de horas de emisión de la oferta Fondo CNTV año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficiencia/Producto Costo promedio de los programas de televisión financiados por el Fondo.	\sum financiamiento de programas financiados Fondo CNTV año t / Nº de programas financiados Fondo CNTV año t	Base de datos POSTULACIONES / Anual	
	Eficiencia/Producto Costo promedio de las horas de programación emitidas de los programas de televisión financiados por el Fondo.	\sum financiamiento de programas emitidos Fondo CNTV año t / Nº de horas de programación programas Fondo CNTV año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Proceso Porcentaje de proyectos postulados que son viables.	(Nº de proyectos postulados al Fondo que son viables año t / Nº total de proyectos postulados año t) * 100	Base de datos POSTULACIONES / Anual	
	Eficacia producto Número de programas financiados por el Fondo CNTV de procedencia regional y emitida en canales	Nº de programas de procedencia regional financiados por el Fondo CNTV emitidos en canales regionales año t	S.I.	

	regionales.			
	Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	Promedio (Ats# / Length)	Base de Datos de Audiencia People Meter / Anual	
Componente 2				
Programas financiados de técnica animación				
	Eficacia/Producto Número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	Nº de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Resultado Final Número de hogares de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de hogares de la oferta Fondo CNTV año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Producto Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de horas de emisión de la oferta Fondo CNTV año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficiencia/Producto Costo promedio de los programas de televisión financiados por el Fondo.	Σ financiamiento de programas financiados Fondo CNTV año t / Nº de programas financiados Fondo CNTV año t	Base de datos POSTULACIONES / Anual	
	Eficiencia/Producto Costo promedio de las horas de programación emitidas de los programas de televisión financiados por el Fondo.	Σ financiamiento de programas emitidos Fondo CNTV año t / Nº de horas de programación programas Fondo CNTV año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Eficacia/Proceso Porcentaje de proyectos postulados que son viables ⁸⁸ .	(Nº de proyectos postulados al Fondo que son viables año t / Nº total de proyectos postulados año t) * 100	Base de datos POSTULACIONES / Anual	
	Eficacia producto Número de programas financiados por el Fondo CNTV de procedencia regional y emitida en canales regionales.	Nº de programas de procedencia regional financiados por el Fondo CNTV emitidos en canales regionales año t	Base de datos EMISIONES / Anual	
	Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	Promedio (Ats# / Length)	Base de Datos de Audiencia People Meter / Anual	

⁸⁸ Viables: refiere a proyectos que desde la evaluación técnica y financiera entreguen certezas de su producción, y posterior puesta en pantalla.

ACTIVIDADES:

Actividad No.1 Elaboración de Bases para concurso Fondo-CNTV

Actividad No.2. Revisión y aprobación de las bases por parte del H. Consejo.

Actividad No.3. Difusión y Publicación de Bases del Concurso

Actividad No.4 Postulación al Concurso

Actividad No.5 Selección de los Evaluadores y Jurados

Actividad No.6 Evaluación proyectos postulados

Actividad No. 7 Resolución del Concurso

Actividad No 8: Preparación y firma de los contratos.

Actividad No.9.

*Acción Real: Se refiere a obras audiovisuales en las que las imágenes han sido obtenidas mediante la grabación directa de actores, personajes o elementos reales, es decir recurriendo al rodaje tradicional en estudio o en exteriores.

*Animación: Se refiere a obras audiovisuales en las que las imágenes han sido obtenidas mediante la animación de dibujos, la animación en volumen de modelos o marionetas, la animación por computadora de gráficos informáticos, entre otras.

Anexo 2(b): Medición de indicadores Matriz de Evaluación del programa, período 2015-2018

NOMBRE DEL PROGRAMA:	FONDO CNTV
AÑO DE INICIO DEL PROGRAMA:	1992
MINISTERIO RESPONSABLE:	SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO
SERVICIO RESPONSABLE:	CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		CÁLCULO				
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Total / Variación Período 15-18
PROPÓSITO: Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.	Eficacia/ Resultado Intermedio Tasa de variación del número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	$((N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año } t / N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año } t-1)-1)*100$	-7% $((14/15)-1)*100$	21% $((17/14)-1)*100$	6% $((18/17)-1)*100$	-28% $((13/18)-1)*100$	-7% $((13/14)-1)*100$
	Eficacia/ Resultado Intermedio Tasa de variación del número de programas de televisión emitidos financiados por el Fondo.	$((N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV emitidos año } t / N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV emitidos año } t-1)-1)*100$	-- $((85/-)-1)*100$	-27% $((62/85)-1)*100$	-27% $((45/62)-1)*100$	11% $((50/45)-1)*100$	-41% $((50/85)-1)*100$
	Eficacia/Resultado Final Número de telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo. POBLACIÓN OBJETIVO	N° de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t - HOGARES	4.783.262	2.999.318	2.559.016	3.741.843	-22% $((3.741.843/4.783.262)-1)*100$
		N° de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t - PERSONAS	5.683.725	3.584.401	3.236.605	4.420.510	-22% $((4.420.510/5.683.725)-1)*100$
	Eficacia/Resultado Final Tasa de variación de telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$((N^{\circ} \text{ de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año } t / N^{\circ} \text{ de telespectadores de la oferta Fondo CNTV año } t-1)-1)*100$	--	-37% $((3.584.401/5.683.725)-1)*100$	-10% $((3.236.605/3.584.401)-1)*100$	37% $((4.420.510/3.236.605)-1)*100$	--
	Eficacia/Cobertura Porcentaje de hogares telespectadores de la oferta de programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(N^{\circ} \text{ de hogares telespectadores de la población objetivo de la oferta Fondo CNTV año } t / N^{\circ} \text{ total de hogares población objetivo año } t) * 100$	88% $((4.783.262/5.454.914)-1)*100$	55% $((2.999.318/5.454.914)-1)*100$	45% $((2.559.016/5.651.637)-1)*100$	66% $((3.741.843/5.651.637)-1)*100$	-22% $(66\%-88\%)$
	Eficacia/Resultado Final Afinidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(\text{Promedio Rat\% Target} / \text{Rat\% Universo}) * 100$ - POBLACIÓN OBJETIVO	115%	119%	118%	110%	-4%
	Eficacia/Resultado Intermedio Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el fondo.	$\sum \text{ de horas de programación de la oferta Fondo CNTV en televisión abierta año } t$	498	278	189	244	-51%
	Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva.	$(\sum \text{ de horas de programación de la oferta Fondo CNTV año } t / (\sum \text{ de horas totales de programación de la oferta televisión abierta año } t))*100$	0,97%	0,69%	0,45%	0,60	-38%

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		CÁLCULO				
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Total / Variación Período 15-18
	Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva de programas de televisión de nivel cultural.	$(\sum \text{de horas de programación de la oferta Fondo CNTV año t} / (\sum \text{de horas totales de programación de la oferta televisión abierta de televisión de nivel cultural año t}) * 100$	16,53%	12,60%	7,37%	s.i.	-55%
	Eficacia/Cobertura Porcentaje de proyectos financiados por el Fondo.	$(N^{\circ} \text{ de proyectos apoyados por el Fondo año t} / N^{\circ} \text{ total de proyectos postulados año t}) * 100$	8% $((18/224)-1)*100$	9% $((26/275)-1)*100$	7% $((14/15)-1)*100$	8% $((16/199)-1)*100$	0%
	Economía/Producto Participación del financiamiento del Fondo-CNTV en relación al costo de producción de los proyectos.	$(\sum \text{Financiamiento de proyectos apoyados Fondo CNTV año t} / \sum \text{Costo total de producción proyectos apoyados Fondo CNTV año t}) * 100$	61% $((4.431.282/7.208.291)-1)*100$	53% $((4.062.760/7.714.531)-1)*100$	56% $((4.164.293/7.463.698)-1)*100$	75% $((4.155.242/5.533.416)-1)*100$	22%
	Economía/Resultado Intermedio Porcentaje del aporte de los canales de TV en promoción y difusión en relación al costo total del proyecto.	$(\sum \text{Aportes de los canales de TV en promoción y difusión de los programas financiados por el fondo año t} / \sum \text{Costo total de producción proyectos apoyados Fondo CNTV año t}) * 100$	103% $((4.565.940/4.431.282)-1)*100$	43% $((1.760.259/4.062.760)-1)*100$	92% $((3.828.578/4.164.293)-1)*100$	63% $((2.602.499/4.155.242)-1)*100$	-39%
	Eficiencia/Proceso Porcentaje de gastos de administración con respecto al gasto total del programa.	$(\text{Gastos administrativos del programa año t} / \text{Gasto total del programa año t}) * 100$	6,0% $((281.453/4.712.735)-1)*100$	6,1% $((288.078/4.717.056)-1)*100$	6,3% $((298.338/4.761.557)-1)*100$	7,6% $((364.562/4.810.837)-1)*100$	27%
	Eficiencia/Producto Costo promedio por HOGAR telespectador de programas de televisión emitidos por el Fondo.	$\sum \text{financiamiento de programas emitidos oferta Fondo CNTV año t} / N^{\circ} \text{ de HOGARES telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t} - \text{POBLACIÓN OBJETIVO}$	3.824,1	3.509,5	3.039,4	2.713,9	-29%
	Eficiencia/Producto Costo promedio anual por HOGAR telespectador de programas de televisión financiados por el Fondo.	$\sum \text{financiamiento de programas financiados oferta Fondo CNTV año t} / N^{\circ} \text{ de HOGARES telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t} - \text{POBLACIÓN OBJETIVO}$	926,4	1.354,6	1.627,3	1.110,5	20%
	Calidad/Producto Premios y/o reconocimientos obtenidos por programas de televisión de alto nivel cultural financiados por el Fondo.	$N^{\circ} \text{ de premios de la oferta Fondo CNTV año t}$	2	14	19	9	350%
	Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(\text{Promedio Ats\#} / \text{Length}) * 100$	32,4%	29,5%	34,7%	36,7%	13%
Componente 1 Programas financiados de técnica acción real	Eficacia/Producto Número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	$N^{\circ} \text{ de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año t}$	13	15	15	10	-23%

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		CÁLCULO				
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Total / Variación Período 15-18
	Eficacia/Producto Número de programas de televisión emitidos financiados por el Fondo.	Nº de programas de la oferta Fondo CNTV emitidos año t	71	53	37	41	-42%
	Eficacia/Resultado Final Número de HOGARES telespectadores de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de HOGARES telespectadores de la oferta Fondo CNTV año t	4.391.561	2.908.738	2.434.623	3.518.015	-20%
	Eficacia/Producto Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de horas de emisión de la oferta Fondo CNTV año t	421	180	170	177	-58%
	Eficiencia/Producto Costo promedio de los programas de televisión financiados por el Fondo.	Σ financiamiento de programas ganadores concurso Fondo CNTV año t / Nº de programas ganadores concurso Fondo CNTV año t	260.585	150.171	314.009	295.723	13%
	Eficiencia/Producto Costo promedio de las horas de programación emitidas de los programas de televisión financiados por el Fondo.	Σ financiamiento de programas emitidos Fondo CNTV año t / Nº de horas de programación programas Fondo CNTV año t	38.650	43.126	34.547	38.659	0,0%
	Eficacia/Proceso Porcentaje de proyectos postulados que son viables.	$(\text{Nº de proyectos postulados al Fondo que son viables año t} / \text{Nº total de proyectos postulados año t}) * 100$	67% $((134/200)-1)*100$	60% $((130/218)-1)*100$	53% $((281.453/4.712.735)-1)*100$	55% $((86/163)-1)*100$	-17%
	Eficacia producto Número de programas financiados por el Fondo CNTV de procedencia regional y emitidos en canales regionales. LÍNEA REGIONAL	Nº de programas de procedencia regional financiados por el Fondo CNTV emitidos en canales regionales año t	3	3	3	3	0%
	Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(\text{Ats\#} / \text{Length}) * 100$	31,4%	28,0%	35,0%	33,5%	7%
Componente 2 Programas financiados de técnica animación	Eficacia/Producto Número de programas de televisión estrenados financiados por el Fondo.	Nº de programas de la oferta Fondo CNTV estrenados año t	1	2	3	3	200%
	Eficacia/Producto Número de programas de televisión emitidos financiados por el Fondo.	Nº de programas de la oferta Fondo CNTV emitidos año t	14	9	8	9	-36%
	Eficacia/Resultado Final Número de hogares telespectadores de la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de hogares de la oferta Fondo CNTV año t	391.701	90.580	124.393	223.828	-43%

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES		CÁLCULO				
	Enunciado (Dimensión/Ámbito de Control)	Fórmula de Cálculo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Total / Variación Período 15-18
	Eficacia/Producto Número de horas de emisión de programas de televisión financiados por el Fondo.	Nº de horas de emisión de la oferta Fondo CNTV año t	77	98	20	67	-13%
	Eficiencia/Producto Costo promedio de los programas de televisión financiados por el Fondo.	Σ financiamiento de programas ganadores concurso Fondo CNTV año t / Nº de programas ganadores concurso Fondo CNTV año t	130.959	176.557	236.730	151.643	16%
	Eficiencia/Producto Costo promedio de las horas de programación emitidas de los programas de televisión financiados por el Fondo.	Σ financiamiento de programas emitidos Fondo CNTV año t / Nº de horas de programación programas Fondo CNTV año t	23.215	12.647	64.299	15.981	-31%
	Eficacia/Proceso Porcentaje de proyectos postulados que son viables.	$(\text{N}^\circ \text{ de proyectos postulados al Fondo que son viables año t} / \text{N}^\circ \text{ total de proyectos postulados año t}) * 100$	42% $((10/24)-1)*100$	63% $((36/57)-1)*100$	43% $((12/28)-1)*100$	49% $((17/35)-1)*100$	17%
	Eficacia producto Número de programas financiados por el Fondo CNTV de procedencia regional y emitidos en canales regionales.	Nº de programas de procedencia regional financiados por el Fondo CNTV emitidos en canales regionales año t	0	0	0	0	-
	Calidad/Producto Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas emitidos por televisión financiados por el Fondo.	$(\text{Ats\#} / \text{Length}) * 100$	57,1%	55,2%	58,9%	49,1%	-14%

Fuente: Elaboración propia, Panel, 2019.

Anexo 2(c): Análisis de diseño del programa

A continuación, se presenta el análisis de las relaciones de causalidad de los objetivos del programa y luego sobre el sistema de indicadores

a. Relaciones de causalidad de los objetivos del programa (Lógica Vertical)

El problema que aborda el Fondo refiere a la *escasa oferta de programación de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta* (televisión de libre recepción). Entonces, los contenidos televisivos de interés para el Fondo-CNTV, refieren a programas que cumplen con los siguientes atributos: alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta. La ausencia de tal oferta niega a la ciudadanía el acceso a una programación variada, que aporte a la construcción de su identidad, de acuerdo a lo indicado en la Constitución de Chile.

El Fin, al señalar: que contribuye, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad, abarca el problema planteado, en el entendido que “la preservación de la identidad” contiene lo señalado en el problema contenidos: “de interés nacional, regional, local o comunitario”; “su pluralidad” contiene lo señalado en el problema acerca de “la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta”; “valores democráticos que sustentan nuestra sociedad” contiene lo señalado en el problema sobre contenidos de “difusión de los valores cívicos y democráticos”. El único aspecto que no está contenido en el fin, y sí enunciado en el problema, refiere al contenido educativo, sobre este aspecto el Fondo-CNTV no se ha pronunciado sobre cómo lo abordará, en tanto es un mandato de la Ley 18.838.

En relación al propósito⁸⁹, el mismo aborda las características de la oferta programática indicadas en el problema, ya que da cuenta de la disponibilidad de contenidos “de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad”

- De esta manera el propósito refiere a un resultado intermedio: definiendo el tipo de contenidos que debe poner a disposición de la audiencia de TV abierta. Y el fin, refiere a la condición a largo plazo que se estaría contribuyendo a lograr, mediante la programación asegurada por el CNTV sobre la TV abierta, vinculada a los valores establecidos en la Constitución del país.

⁸⁹ Propósito: Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.

- Los componentes no se plantean abordar directa y explícitamente, las diferentes dimensiones causales del problema, originadas en las características actuales de la industria televisiva abierta: i) propiedad de la industria televisiva abierta, en manos de grupos comerciales, siendo la mayoría de ellos extranjeros; ii) oferta de programación, homogénea en géneros y contenidos; iii) consumo de la programación concentrada en programas con lógica comercial ante la ausencia de otros contenidos se instala el refuerzo del hábito de consumo con base a la oferta programática existente, junto a la insatisfacción por la insuficiencia de contenidos de orden cultural; iv) inversión publicitaria determinante para orientar la parrilla televisiva; v) frágil situación financiera de la TV abierta, con limitada capacidad de riesgo o inversión en nuevos formatos. Dicha decisión institucional se basa en las atribuciones del Fondo-CNTV, en tanto según la Ley del Consejo Nacional de Televisión (nº18.838, del año 1989, de acuerdo a la letra b. del artículo 12 de la citada ley), se crea un fondo de recursos para “Promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad”. Por consiguiente, el Fondo CNTV no tiene atribuciones para intervenir en todas las dimensiones causales del problema a tratar, ni en el sistema televisivo general. Sí tiene atribuciones para intervenir en la promoción, financiamiento /subsidio, de la producción, los costos de transmisión o la difusión de la programación ad hoc. Desde dicho punto de vista, los dos componentes: 1: Programas financiados de técnica acción real, y 2: Programas financiados de técnica animación, cumplen las atribuciones del Fondo-CNTV y responden al problema transversal que atañe a la industria televisiva (abierta), la dificultad de financiamiento vía publicidad atañe a la creación de programas de contenido según lo requerido por el Fondo-CNTV.

Por otro lado los componentes permiten abordar acabadamente el propósito, en tanto viabilizan el mismo, a través del financiamiento de programas realizados mediante técnica de acción real y técnica de animación, que cumplen las características indicadas en tal objetivo.

Ahora bien, desde sus funciones normativas, el Fondo-CNTV no incluye acciones explícitas dirigidas a la difusión de programas ad hoc, más allá de la condición de transmisión en un canal de TV, al momento de la postulación del programa al concurso. Siendo ello, a juicio del panel, un espacio a desarrollar en tanto está en su normativa institucional, y debiera incluirse como un Componente.

En relación a las actividades que aportan al desarrollo de los componentes, según su descripción en el Anexo 3, las mismas fundamentalmente son las etapas del concurso, compartidas en ambos componentes: i) preparación y publicación de las bases, ii) postulación y evaluación de los proyectos, iii) selección y adjudicación, iv) firma de contrato y transferencia de recursos, v) entrega de master y emisión. Siendo las actividades diseñadas suficientes y necesarias para producir los componentes.

En relación a las fallas de mercado que aborda el Fondo-CNTV, refiere a una falla de mercado (mercados no competitivos), donde el cálculo de los costos y beneficios para la producción de contenidos no es atractiva para los canales de TV abierta, dado que la producción televisiva cultural y/o de calidad se restringe a criterios comerciales. La falla de mercado aludida corresponde a la oferta de servicios, en tanto la oferta televisiva no es un

reflejo de la disposición a pagar de los “clientes” de los canales, desde dicho punto de vista, ambos componentes aportan a resolver, desde el Estado, dicha falla de mercado.

En relación al análisis de los supuestos, el programa no ha presentado los supuestos en su MML, por consiguiente, el panel propone los siguientes:

Cuadro 28: Supuestos de la MML Fondo CNTV	
Nivel de Objetivos	Supuestos
FIN: Contribuir, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad.	Mantener las condiciones externas actuales de crecimiento de la industria televisiva audiovisual
PROPÓSITO: Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad	Mantener las condiciones externas actuales de producción y consumo de programas culturales de la industria televisiva audiovisual
Componente 1 Programas financiados de técnica acción real	El relacionamiento Público – Privado, facilita el desarrollo de programas de técnica acción real
Componente 2 Programas financiados de técnica animación	El relacionamiento Público – Privado, facilita el desarrollo de programas de técnica animación
Fuente: Elaboración propia, Panel 2019	

Al respecto, el programa debería identificar las acciones que permitan intencionar el cumplimiento de los supuestos propuestos e incluirlas en su programación por componentes y/o nivel estratégico, por ejemplo, con el CAIA.

- Luego del análisis realizado, el diseño se encuentra debidamente elaborado, existe coherencia entre los niveles causales del mismo (cadenas de valor), ello asegura el logro de los objetivos de propósito y de fin. Ahora bien, si se compara el programa con lo indicado en la normativa, cabe indagar sobre la inclusión de un componente que atienda la difusión en conjunto de la oferta que financia, a fin de potenciarla colectivamente (sin perjuicio que cada canal realice su publicidad), ello permitirá visibilizar una línea de contenidos de interés público, y contribuir a su valorización desde la audiencia, en la línea de generar una mayor demanda de estos.

b. Sistema de indicadores del programa (Lógica Horizontal)

En relación a la disponibilidad de indicadores con data, presentes en la MML, la distribución es la siguiente:

Cuadro 29: Distribución de los Indicadores de la MML Fondo -CNTV				
Nivel de Objetivos	Dimensiones			
	Eficacia	Eficiencia	Economía	Calidad
FIN: Contribuir, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad.	-	-	-	-
PROPÓSITO: Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.	10	3	2	2
Componente 1 Programas financiados de técnica acción real	6	2	-	1
Componente 2 Programas financiados de técnica animación	6	2	-	1
Total	22	7	2	4
Fuente: Elaboración propia, Panel 2019				

De acuerdo a la tabla anterior es posible medir las cuatro dimensiones, sin embargo no es posible dar cuenta de las mismas en todos los niveles de objetivos/componentes, excepto para observar la eficacia del programa, donde no se incluyeron indicadores a nivel de Fin. La MML en evaluación fue co-construida entre el Fondo -CNTV y el Panel, al comienzo del proceso, conforme existiera data para el cálculo de los indicadores y la interpretación de la información fuera relevante para el mejoramiento del programa.

En relación al uso del sistema de indicadores, es posible identificar la factibilidad técnica de realizar las mediciones en la mayoría de los indicadores, más no de los siguientes indicadores, dada la ausencia de data en el momento de cierre del presente informe⁹⁰.

Cuadro 30: Indicadores sin medición, Fondo- CNTV		
Nivel de Objetivo	Indicador	Ausencia de Data
Propósito	Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva	Año 2018
	Eficacia/Resultado Intermedio Participación de la oferta de programas de televisión de financiados por el fondo en el total de la oferta televisiva de programas de televisión de nivel cultural.	Año 2018
Componente 2	Eficacia producto	Años 2015, 2016,

⁹⁰ El CNTV indica la pronta finalización del Anuario Estadístico 2018, por lo que dichos datos permitirá completar la MML.

Cuadro 30: Indicadores sin medición, Fondo- CNTV		
Nivel de Objetivo	Indicador	Ausencia de Data
Programas financiados de técnica animación	Número de programas financiados por el Fondo CNTV de procedencias regionales y emitidas en canales regionales.	2017, 2018
Fuente: Elaboración propia, Panel, 2019		

En relación a las metas, las mismas han sido co-estimadas con el panel, por consiguiente están validadas, y representan un adecuado acercamiento a las variables a medir, de manera tal que representa las diferentes dimensiones de cada componente.

A continuación se proponen los indicadores faltantes en la MML, a ser considerados post evaluación EPG. Se incluyen los indicadores que devienen del análisis de la inclusión de la perspectiva de género (Anexo 4)

Cuadro 31: Nuevos indicadores de la MML Fondo CNTV					
Nivel de Objetivos	Dimensiones				
	Eficacia	Eficiencia	Economía	Calidad	Género
PROPÓSITO: Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario.					Porcentaje de mujeres, en relación al total de televidentes, que conforman la audiencia por tipo de género televisivo ⁹¹
Componente 1 Programas financiados de técnica acción real			Economía / Proceso Porcentaje de ejecución del presupuesto inicial del componente sobre los		Porcentaje de programas de técnica acción real que no presentan estereotipos de género ⁹²

⁹¹ El indicador permitirá identificar las preferencias por sexo según géneros televisivos, a fin de obtener información que permita aportar a la programación de alto nivel cultural, plural, diversa, con igual de trato y respeto a los derechos humanos (ver Anexo 4)

⁹² Un estereotipo de género es una opinión o un prejuicio generalizado acerca de atributos o características que hombres y mujeres poseen o deberían poseer o de las funciones sociales que ambos desempeñan o deberían desempeñar. Un estereotipo de género es nocivo cuando limita la capacidad de hombres y mujeres para desarrollar sus facultades personales, realizar una carrera profesional y tomar decisiones acerca de sus vidas y sus proyectos vitales. Los estereotipos nocivos pueden ser hostiles o negativos (por ejemplo, las mujeres son irracionales) o aparentemente benignos (por ejemplo, las mujeres son protectoras). Por ejemplo, sobre la base de este último estereotipo de que las mujeres son más protectoras, las responsabilidades del cuidado de los hijos suele recaer sobre ellas de manera casi exclusiva.

El uso de los estereotipos de género es la práctica de asignar a una persona determinada, hombre o mujer, atributos, características o funciones específicas, únicamente por su pertenencia al grupo social masculino o femenino. El derecho internacional de los derechos humanos asigna a los Estados la obligación de eliminar la discriminación contra hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida. Esta obligación exige que los Estados adopten medidas para abordar los estereotipos de género, tanto en la esfera pública como en la privada, así como para evitar la utilización de dichos estereotipos. La Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW), estipula en su artículo 5 que “los Estados Partes

Cuadro 31: Nuevos indicadores de la MML Fondo CNTV

Nivel de Objetivos	Dimensiones				
	Eficacia	Eficiencia	Economía	Calidad	Género
			programas financiados de técnica acción real, en relación a lo presupuestado		
Componente 2 Programas financiados de técnica animación			Economía / Proceso Porcentaje de ejecución del presupuesto inicial del componente sobre los programas financiados de técnica animación, en relación a lo presupuestado		Porcentaje de programas de técnica animación que no presentan estereotipos de género

Fuente: Elaboración propia, Panel 2019

tomarán todas las medidas apropiadas para modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres” Ref: Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos, ver: <https://www.ohchr.org/sp/issues/women/wrgs/pages/genderstereotypes.aspx>

Anexo 2 (d) Industria Televisiva

En el presente anexo se dará cuenta brevemente del contexto en el que se inscribe la Industria Cultural Audiovisual, luego, las características de la industria audiovisual televisiva,

- Industria cultural audiovisual en la región⁹³.

La industria cultural audiovisual⁹⁴, tiene una estrecha relación con la dimensión cultural y educativa de un país. Produce bienes tangibles pero también simbólicos que interactúan con la sociedad. A nivel global, “las industrias culturales han pasado a ser los actores predominantes en la comunicación social y en la constitución de la esfera pública. En la formación de las naciones latinoamericanas, la literatura, las artes visuales y la música proporcionaron los recursos culturales para las reflexiones fundacionales, la elaboración discursiva sobre lo que se llamaba «el ser nacional» y las imágenes que emblematicaban la identidad de cada nación: de Sarmiento y Arguedas hasta Neruda, Paz y Borges, desde el muralismo mexicano y boliviano hasta el tango y el folclore andino “ (García Canclini, 2000, pág. 92). Ahora bien, “durante la década de los noventa, los acuerdos de libre comercio (TLC, Mercosur, etc.) han vuelto más patente la importancia económica de las comunicaciones masivas y su papel como instrumento de conocimiento recíproco, integración y segregación entre las naciones” (García Canclini, 2000, pág. 93). Ello se dio simultáneamente con un cambio en las industrias culturales, pasando a ocupar este lugar central en el mundo, y simultáneamente, “se fue perdiendo en los países latinoamericanos la capacidad de producción endógena”. En parte, esto se debe a la estructura oligopólica y al alto nivel de concentración de la producción industrial de la cultura, a través del

⁹³ Dicho relato es realizado por García Canclini Néstor (1939) escritor, profesor, antropólogo y crítico cultural argentino. Desde 1976 reside en la ciudad de México. Doctor en Filosofía en 1975 en la Universidad de La Plata, doctor en la Universidad de París X - Nanterre. Ejerció la docencia en la Universidad de La Plata, en la Universidad de Buenos Aires. Fue profesor visitante en: Universidad de Nápoles, de Austin, Stanford, de Barcelona y de São Paulo. Desde 1990 se desempeña como profesor e investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Allí dirigió hasta 2007 el Programa de Estudios sobre Cultura Urbana. Es investigador emérito del Sistema Nacional de Investigadores dependiente del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) de México. Ha desarrollado teorías referentes a los temas consumismo, globalización e interculturalidad en América Latina. En 1996 recibió un Diploma al Mérito de la Fundación Konex en la categoría «Estética, Teoría e Historia del Arte». Recibió la beca Guggenheim, el Premio de Ensayo otorgado por la Casa de las Américas y el Book Award de la Latin American Studies Association por su libro Culturas Híbridas como mejor libro en español sobre América Latina. En 2012 recibió de la Universidad Nacional de Córdoba el Premio Universitario de Cultura “400 años” durante la apertura del Tercer Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual del que fue orador inaugural. En 2014 la Secretaría de Educación Pública le otorgó el Premio Nacional de Ciencias y Artes en el área de Historia, Ciencias Sociales y Filosofía, México. En 2017, en el cierre del VIII Encuentro Nacional y V latinoamericano: La Universidad como objeto de Estudio "La Reforma Universitaria entre dos siglos", recibió el 33° Honoris Causa de la Universidad Nacional del Litoral. Argentina. Se lo reconoce como uno de los principales antropólogos que han tratado la modernidad, la posmodernidad y la cultura desde la perspectiva latinoamericana. Referente reconocido a nivel regional

⁹⁴ La industria cultural audiovisual “une dos conceptos que provienen de fuentes contrapuestas, dado que “industria” alude al proceso económico de producciones de bienes materiales y “cultura”, a una actividad creadora de contenidos simbólicos” Fuente especificada no válida. La industria cultural audiovisual (ICA), en las últimas décadas, “hace confluir los tres conceptos que se destacan en la caracterización: produce un bien cultural –audiovisual a obra audiovisual–, otorga un servicio cultural mediante sus diferentes modos de distribución y exhibición, y promueve industrias conexas –laboratorios, islas de edición, talleres de vestuario y escenografía, etc.–, que completan el proceso de comercialización y que pueden realizarse dentro del mismo país o por la conjunción de elementos de varios países al mismo tiempo”. Fuente especificada no válida.

mundo anglosajón, sobre todo de Estados Unidos, reportando a ellos los mayores beneficios.

“La asimetría [en la producción] también se acentúa por la reducción de las inversiones estatales en América Latina, la transnacionalización de la propiedad de los medios y la expansión de consumo”. (García Canclini, 2000, pág. 94). De hecho, como continente, “somos subdesarrollados en la producción endógena para los medios electrónicos, pero no en el consumo audiovisual. Esta asimetría entre una producción propia débil y un consumo elevado, se manifiesta como una baja representación en las pantallas de las culturas nacionales o latinoamericanas y una enorme presencia de entretenimientos e información originados en Estado Unidos. El desequilibrio entre la débil producción endógena y el consumo crecientemente importado se acentúa en la medida en que los medios masivos «clásicos» (radio, cine, televisión) se integran en autopistas de la comunicación. A este proceso de concentración tecnológica se agrega la reorganización monopólica de los mercados que subordina los circuitos nacionales a sistemas transnacionalizados de producción y comercialización” (García Canclini, 2000, pág. 98). El panorama descrito sobre la industria audiovisual para la región también se puede apreciar en Chile, en especial en el desarrollo de contenidos televisivos.

- A continuación, se presenta el sistema televisivo chileno, a fin de comprender el contexto en el que opera la producción y exhibición de contenidos programáticos en el país.

Según el estudio *Sistema Televisivo Chileno* (CNTV, 2018) el mismo se ha desarrollado, durante los últimos años, como una industria de televisión abierta de carácter generalista y de orientación comercial. Desde finales de los años ochenta coexiste con las redes de televisión por cable y, desde el año 1997, con la televisión satelital. El Estado mantiene la propiedad de TVN, canal de cobertura nacional, pero a partir de 1992 éste se financia exclusivamente con publicidad, tal como los canales comerciales. Desde 2011 se han agregado las siguientes trasmedias: servicios de streaming por Internet, como Netflix, Amazon Video y HBO Go.⁹⁵ Los canales de TV, además de otras empresas vinculadas a la industria televisiva, están agrupadas en distintas asociaciones gremiales. La más reconocida es ANATEL –Asociación Nacional de Televisión-, que agrupa a 6 de los 7 canales de televisión abierta en Chile, incluyendo a TVN, el canal estatal. La agrupación defiende las posiciones de estos canales y también participa promoviendo iniciativas conjuntas de interés público como debates políticos en época de elecciones y la transmisión de la Teletón.

El país cuenta con 860 bandas de frecuencias⁹⁶ concesionadas de TV abierta a lo largo del país, tanto en VHF⁹⁷ como en UHF⁹⁸. Estas frecuencias están en manos de 80

⁹⁵ En términos generales, existen 7 redes VHF de libre recepción de cobertura nacional, junto a casi 100 señales (VHF y UHF) de cobertura local y/o regional. Hay cuatro grandes empresas de televisión de pago, además de algunos operadores locales. (CNTV, 2018, pág. 3).

⁹⁶ Las bandas de frecuencia son intervalos de frecuencias del espectro electromagnético asignados a diferentes usos dentro de las radiocomunicaciones. Su uso está regulado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones y puede variar según el lugar

⁹⁷ Banda VHF: (Very High Frequency) es la banda del espectro electromagnético que ocupa el rango de frecuencias de 30 a 300 MHz. Ejemplos de uso: FM, Televisión, Comunicaciones con aviones a la vista entre

concesionarios, tanto nacionales como regionales y locales. Hay un total de 7 canales que se definen como de “alcance nacional” (Telecanal, La Red, UCV TV, Televisión Nacional de Chile, MEGA, CANAL 13, Chilevisión).

El consumo promedio por persona de televisión el año 2017 fue de 813 horas por persona, casi 17 horas menos que en 2015. El consumo promedio anual de televisión abierta ha experimentado un descenso en los últimos años, específicamente a partir de 2014. Si los años 2010, 2011, 2012 y 2013 mostraban un consumo por persona de más de 900 horas, éste bajó a algo más de 800 horas anuales en promedio, manteniendo una baja sostenida los años 2014, 2015, 2016 y 2017, que acumulan 116 horas menos que el año 2013. Además de los canales de alcance nacional, hay canales que transmiten únicamente en una región, en algunas comunas o incluso en algunas pocas cuadras dentro de una localidad.

Durante el año 2015 el Consejo Nacional de Televisión realizó un catastro nacional de estas señales, logrando contabilizar un total de 99. La mayor parte de estas señales se transmiten a través del aire, gracias a una concesión, especialmente los canales comunitarios. Sin embargo, en muchos casos estos canales se transmiten también a través de la TV de pago de sus respectivas zonas de cobertura o incluso a través de plataformas digitales, como YouTube.

La TV de pago se introdujo en el país después de una resolución de la Subsecretaría de Telecomunicaciones del año 1984. La primera empresa de televisión por cable fue Comunicaciones Intercom, de propiedad del diario El Mercurio, y ofreció su servicio a partir del 17 de mayo de 1987. Durante la década de los 90 aparecieron otros operadores de TV de pago, tanto nacionales como locales, entre ellos Metrópolis, que posteriormente se fundió con Intercom, y actualmente opera con el nombre VTR, de propiedad de la norteamericana Liberty Global.

El año 1994 aparece por primera vez la televisión satelital. La primera empresa en ofrecer el servicio fue SKY, que se fusionó con DIRECTV. El país cuenta también con empresas de TV de pago que operan sólo en algunas regiones del país. Entre ellas destaca como operador relevante Telefónica del Sur. Las empresas de televisión de pago ofrecen diversas parrillas de canales internacionales, cuya cantidad depende del precio del plan contratado. La mayoría de las empresas de TV de pago ofrece también todos los canales de alcance nacional. Las conexiones a Internet, tanto fijas como móviles, han continuado creciendo durante 2017, especialmente las móviles (2G, 3G y 4G). Por otro lado, el incremento en conexiones ha estado aparejado con un aumento de suscriptores a servicios de televisión por Internet; en este caso, Netflix es la principal empresa, pero hay otras como HBO GO.

El consumo de televisión abierta sigue siendo dominante: 88,5% ve canales abiertos y 64,6% dice que es lo que más frecuentemente ve. Sin embargo, aparecen formas nuevas de consumo televisivo como Netflix (18,2%) y portales audiovisuales como YouTube o

tierra-avión y avión-avión, Telefonía móvil marítima y terrestre, Radioaficionados, Radio meteorológica. Refiere a una Banda de muy alta frecuencia.

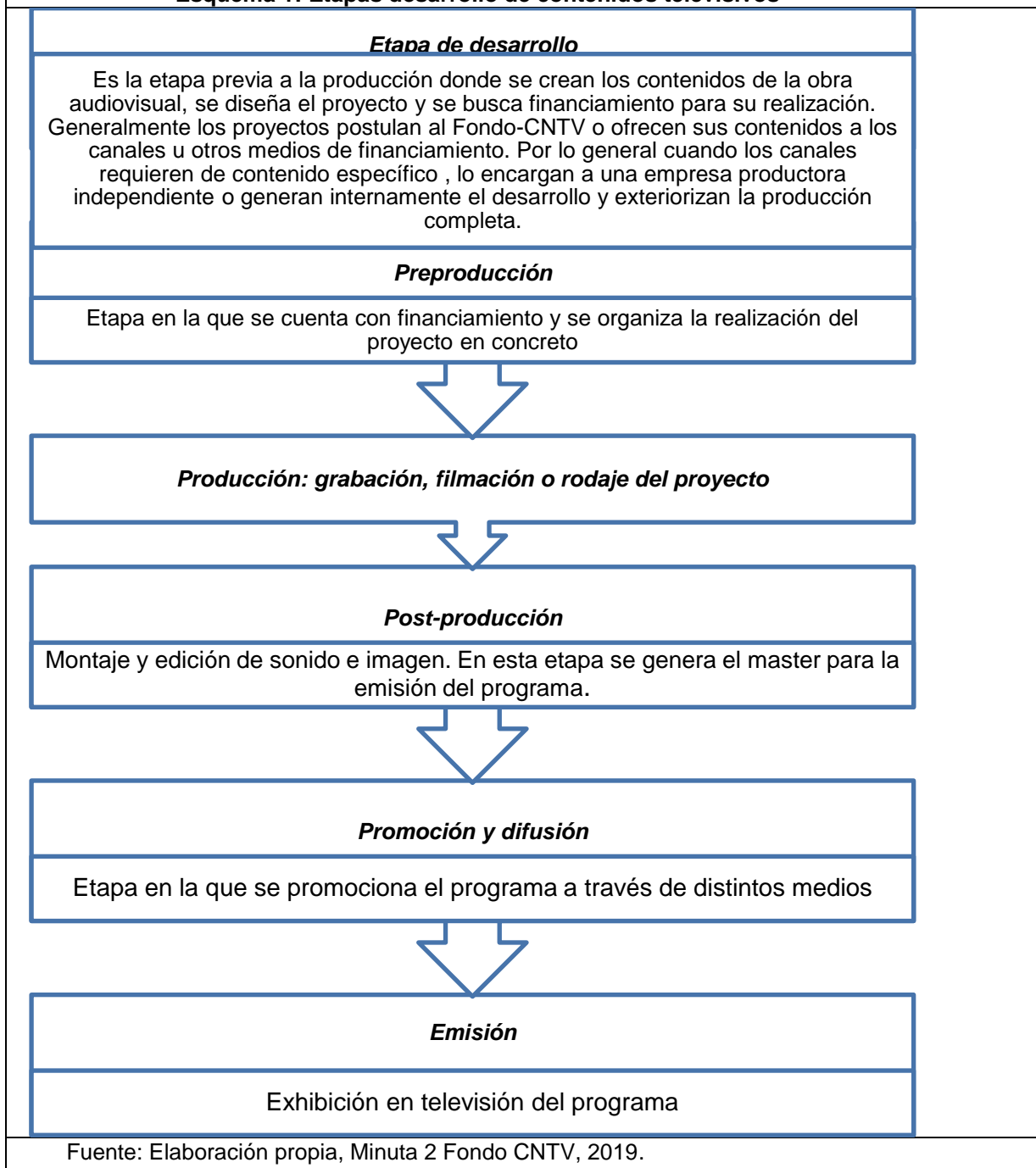
⁹⁸ UHF Refiere a una banda de ultra alta frecuencia. La frecuencia y longitud de onda (aire) es de 300–3000 MHz, 1 m – 100 mm. Ejemplos de uso: Televisión, Hornos microondas, Comunicaciones por microondas, Radioastronomía, Telefonía móvil, Redes inalámbricas, Bluetooth, ZigBee, GPS, Comunicaciones uno a uno como FRS y GMRS, Radioafición.

Vimeo (15,9%), si bien se trata de una tendencia emergente. Los canales de TV abierta nacional usan sus propios sitios web para alojar contenidos y ofrecerlos vía streaming. De este modo, los contenidos quedan disponibles para su consumo en días y horas distintas al de su emisión original. La oferta total de televisión durante 2017, agrupados los 6 canales analizados (excluido Telecanal), equivale a 45.812 horas. Este volumen de programación tiene un comportamiento muy similar entre los distintos canales: a cada uno le corresponde un promedio de 16% de las emisiones.

- Etapas de la producción audiovisual

Las etapas que componen el proceso de generación de contenidos televisivos son las siguientes. Todos los proyectos de televisión tienen este mismo esquema, y para el caso de los proyectos culturales, no existe gran diferencia en los procesos; pero sí en los contenidos que se desarrollan.

Esquema 1: Etapas desarrollo de contenidos televisivos



Anexo 3: Procesos de Producción y Organización y Gestión del Programa

En este anexo se describe y analiza aquellos aspectos relacionados con la organización y gestión del programa, con énfasis en los procesos de producción de cada uno de los componentes. A continuación, se presenta el análisis separado en 4 grandes secciones: A) proceso de producción de los componentes, B) estructura organizacional del programa y mecanismos de coordinación, C) criterios de asignación de recursos y mecanismos de transferencias, y D) actividades de seguimiento y evaluación.

A. Proceso de producción de cada uno de los bienes y/o servicios (componentes) que entrega el programa.

El Fondo CNTV financia la totalidad o parte del costo de producción de programas de televisión que se ajustan a la línea editorial del Consejo Nacional de Televisión, organismo del Estado, institución autónoma de rango constitucional, que tiene entre sus funciones fomentar el desarrollo de programas de calidad y de alto nivel cultural, interés nacional o regional en el país.

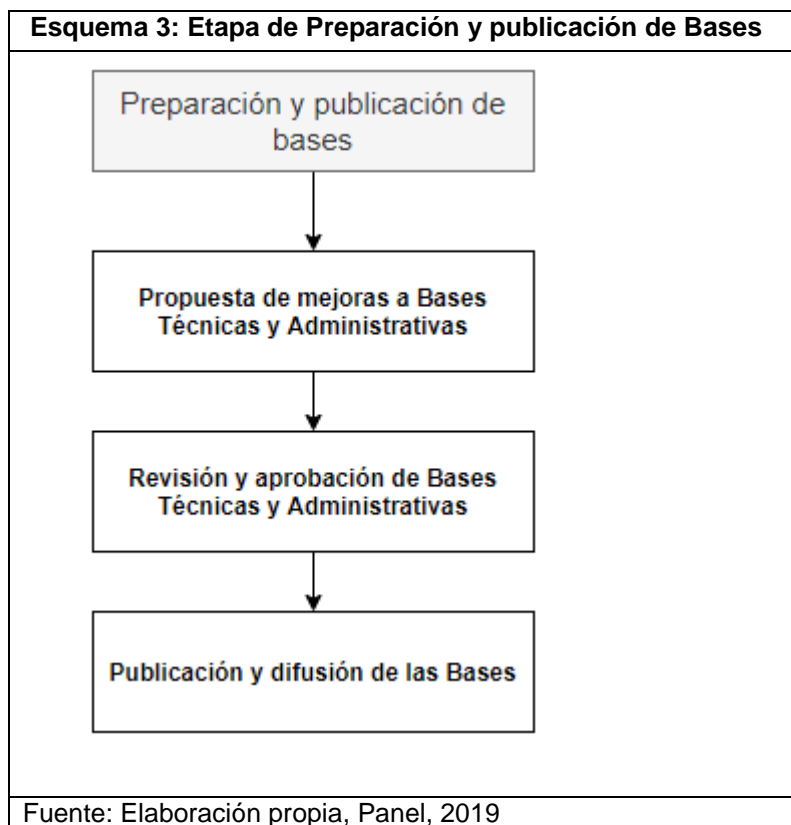
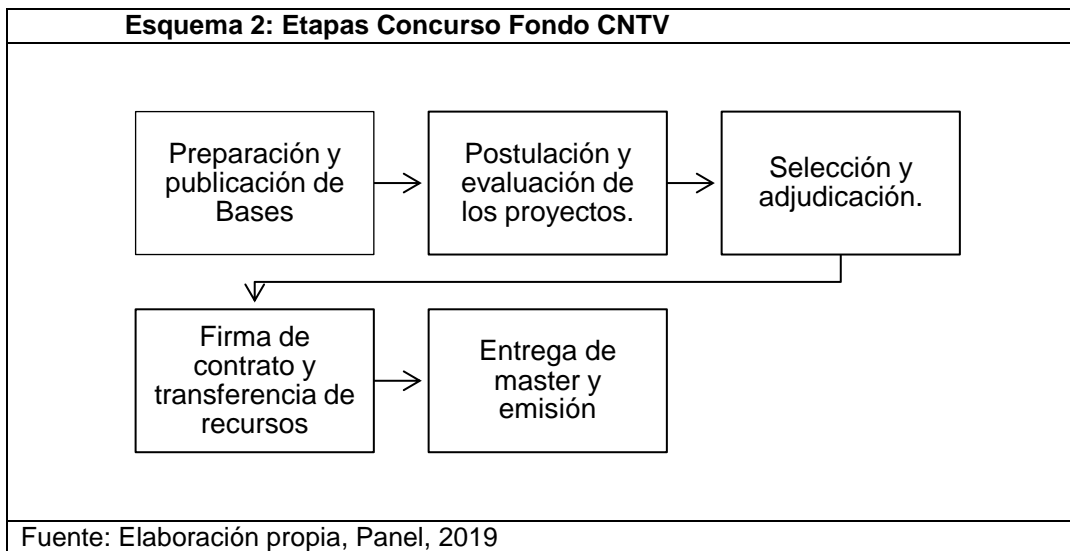
Los servicios que provee es el financiamiento de programas de televisión divididos en dos componentes según la técnica utilizada en la producción, acción real o animación. En el primer caso las obras audiovisuales se crean mediante la grabación directa de actores, personajes o elementos reales, recurriendo al rodaje tradicional en estudio o en exteriores. El segundo tipo de producción se refiere a las obras audiovisuales que se crean mediante la animación de dibujos, la animación en volumen de modelos o marionetas, y la animación por computadora de gráficos informáticos.

El modelo de producción utilizado es el concurso público de proyectos realizado anualmente para la asignación de los fondos del programa, concurso al cual pueden postular las productoras independientes, los canales de televisión de cobertura nacional, regional y local. Estas entidades postulan sus proyectos en base a las normas y procedimientos establecidos en las bases de cada concurso anual.

El Fondo-CNTV es hoy el único subsidio del Estado para la producción de contenidos culturales en televisión con foco en la audiencia.

ETAPAS DEL CONCURSO DE PROYECTOS

El concurso presenta las siguientes etapas:



A. Etapa de preparación y publicación de bases.

Propuesta de mejoras a Bases Técnicas y Administrativas

Durante el mes de diciembre de cada año, el Departamento de Fomento prepara las Bases para la postulación al Fondo-CNTV del año siguiente, teniendo como base lo aprendido en el proceso del año y que puede configurar una mejora para las bases y el proceso de selección.

Para estos efectos se realiza un examen del proceso de postulación anterior además de solicitar retroalimentación a los postulantes, y a los realizadores de proyectos a través de reuniones con las asociaciones gremiales del sector y los canales de televisión con el fin de reunir la mayor cantidad de información y mejorar el proceso y las Bases.

Se solicita también a otros Departamentos y Unidades del CNTV que realicen aportes para la mejora de las bases, principalmente el Departamento Jurídico, Unidad de Comunicaciones y Departamento de Gabinete.

Revisión y aprobación de Bases Técnicas y Administrativas

El Departamento de Fomento realiza los ajustes necesarios y envía las bases al Departamento Jurídico para su revisión para que dicho instrumento se ajuste a legalidad y normativa vigente.

El Departamento de Fomento somete las bases con las nuevas propuestas a consideración del Presidente, quien realiza observaciones y aportes, y autoriza su presentación al H. Consejo.

Las bases y la propuesta de cambios son presentados al H. Consejo quienes deliberan respecto de la pertinencia de éstos, aprobando o rechazando.

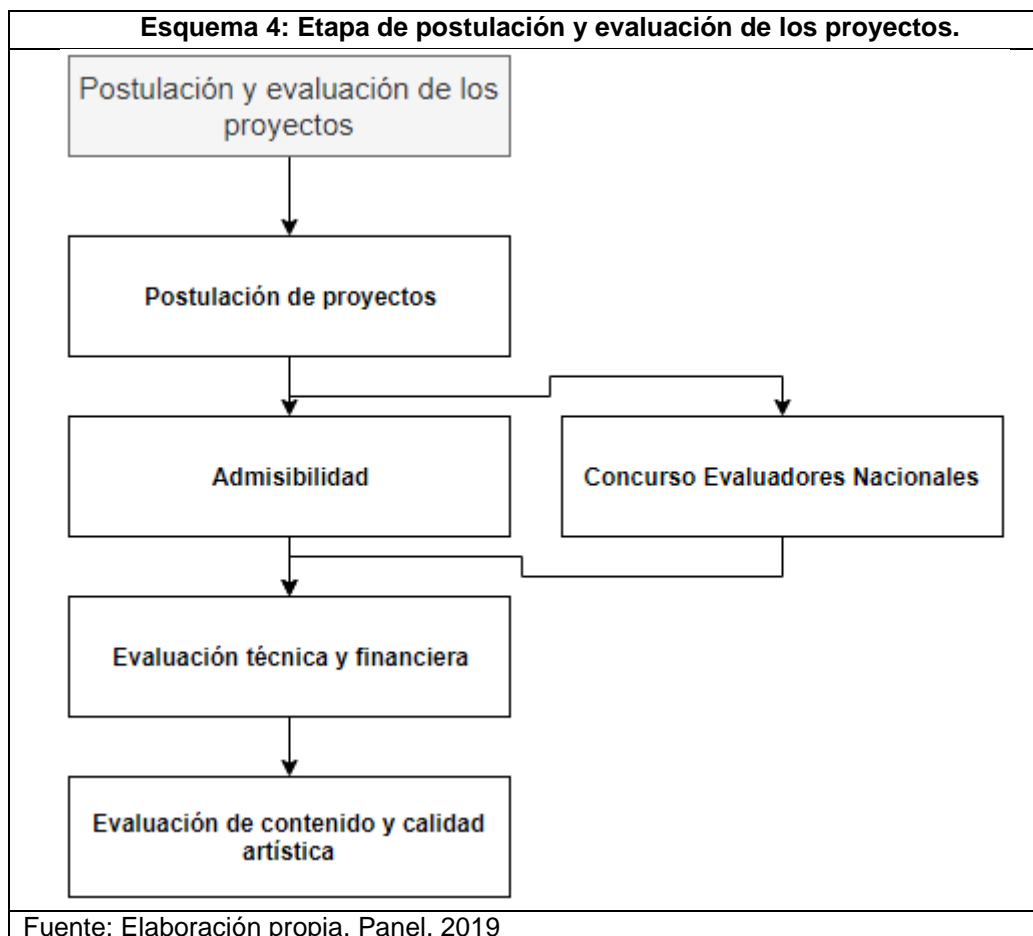
El Departamento de Fomento una vez confirmado el monto del Fondo disponible de acuerdo a lo establecido en la Ley de Presupuestos de cada año y envía a sesiones de Consejo de manera de contar con la aprobación de las bases.

Publicación y difusión de las Bases

Una vez aprobadas por el H. Consejo, el Presidente emite una resolución que aprueba y ordena publicar las Bases, lo que se hace en el sitio institucional www.cntv.cl.

La publicación de las bases es difundida por la Unidad de Comunicaciones y por el Departamento de Fomento, a través de redes sociales y mailings.

B. Etapa de postulación y evaluación de los proyectos.



Postulación de proyectos

El sistema de postulación se abre por lo general el primer día hábil de marzo y se reciben postulaciones por un mes o un mes y medio aproximadamente.

Los proyectos deben ser postulados a través de la plataforma creada para estos efectos que corresponde a fomento.cntv.cl. Este sistema permite la postulación totalmente en línea, incluyendo la subida de los documentos obligatorios y opcionales. Cuenta con un sistema de alertas en caso de no cumplir requisitos de manera que los proyectos se postulen con toda la documentación y requerimientos que establecen las bases.

El sistema se encuentra habilitado alrededor de un mes para la carga de los documentos de postulación. Una vez subidos todos los materiales, el postulante debe enviar el proyecto dentro de fecha. La recepción del proyecto se respalda con un certificado de postulación que emite el sistema automáticamente.

Contenidos de la postulación

- Propuesta argumental
- Propuesta audiovisual
- Objetivos del programa
- Público objetivo
- Pre investigación
- Justificación del aporte y originalidad
- Plan de emisión y distribución (solo canal comprometido)
- Plan de promoción y difusión (solo canal comprometido)
- Propuesta de cronograma de realización
- Currículos de los miembros más relevantes del equipo técnico y del elenco o protagonistas.
- Presupuesto, detalle y desglose de los costos del programa, y quién los aporta.
- Guión de 1 capítulo y escaletas de los restantes.
- Convenio de Postulación Conjunta entre Productora y Canal de TV (sólo para proyectos presentados por canal + productora).
- Convenio de Coproducción Nacional entre Productoras (obligatorio para productoras que postulan conjuntamente).
- Convenio de Coproducción Internacional (sólo para la Línea correspondiente).
- Declaración de Procedencia regional (sólo para la Línea correspondiente).
- Maqueta Audiovisual (máximo 5 minutos).
- Link del Reel del Director o trabajos anteriores.

Concurso Evaluadores Nacionales

Una vez finalizado el proceso de postulación al Fondo-CNTV (en abril), el Departamento de Fomento publica un llamado a concurso para evaluadores nacionales para los dos procesos de evaluación del concurso; Evaluación Técnico Financiera (ETF) y Evaluación de Contenido y Calidad Artística (ECA).

En base a la revisión de los antecedentes enviados por los postulantes y su pertinencia envía al Consejo una propuesta de paneles de evaluadores para su revisión, análisis, y aprobación definitiva. La selección de evaluadores debe quedar en Acta del Consejo.

Admisibilidad

Una vez cerrado el proceso de postulación, los profesionales del Departamento de Fomento y del Departamento Jurídico realizan la revisión de admisibilidad de los proyectos postulantes de acuerdo a los requisitos establecidos en las bases (factores de inhabilidad), publicando como resultado la lista de proyectos admitidos en concurso, entendiendo que aquellos que no sean admisibles quedan fuera de concurso.

Los resultados de esta etapa de evaluación son publicados en la página www.cntv.cl y existe un plazo de 5 días hábiles desde la publicación de los resultados para enviar reclamaciones respecto del resultado de esta etapa. Luego de este plazo no se permiten reclamaciones.

Las reclamaciones que se reciben dentro de plazo son revisadas por el Departamento de Fomento en conjunto con el Departamento Jurídico y de ser pertinentes se habilita nuevamente el proyecto para continuar a la siguiente etapa.

Aquellos proyectos declarados inadmisibles no continúan en concurso.

Evaluación técnica y financiera

Todos los proyectos admisibles postulados se someten a una evaluación de la factibilidad técnica y financiera, realizada por evaluadores externos que son elegidos a través de un llamado público.

Se asigna un acceso a los evaluadores que se designen para que evalúen la etapa técnica financiera y que puedan acceder a la información completa de cada proyecto válidamente postulado y emitan su informe y veredicto respecto de la viabilidad técnico financiera de cada proyecto. Los proyectos declarados viables serán evaluados por nuevos evaluadores en la etapa de evaluación de contenido y calidad artística, aquellos declarados no viables quedarán fuera de concurso.

Esta etapa consta de dos instancias: una evaluación individual en la cual los evaluadores trabajan de manera remota (alrededor de un mes) y una evaluación colectiva presencial en la que se realiza el veredicto del proyecto. En la reunión colectiva está presente al menos la Jefatura de la unidad de gestión, que actúa como moderador y secretario de ésta. Las bases establecen factores de evaluación que son utilizados por los evaluadores.

En esta etapa se examina la coherencia de las propuestas argumentales y audiovisuales con la propuesta financiera, considerando los siguientes aspectos:

- Presentación de contenidos obligatorios en su formato, requisitos y contenido.
- Coherencia entre los ítems del Presupuesto y las características específicas de la serie.
- Relación entre el Presupuesto y los valores del mercado.
- Respeto a la legislación Laboral.
- Porcentaje destinado a imprevistos estén dentro del mínimo.
- Coherencia entre el Cronograma y el Presupuesto.
- Premisos, derechos y compromisos convenidos para la realización del proyecto.

El veredicto declara al proyecto “Viable” o “No Viable”. Solo los proyectos Viables continúan en concurso.

Los resultados de esta etapa de evaluación son publicados en la página www.cntv.cl y existe un plazo de 5 días hábiles desde la publicación de los resultados para enviar reclamaciones respecto del resultado de esta etapa. Luego de este plazo no se permiten reclamaciones.

Las reclamaciones que se reciben dentro de plazo son revisadas y de ser pertinentes se habilita nuevamente el proyecto para continuar a la siguiente etapa. Aquellos declarados como no viables son eliminados del concurso.

Evaluación de contenido y calidad artística

Esta etapa consta de dos instancias: una evaluación individual en la cual los evaluadores trabajan de manera remota (alrededor de un mes) y una evaluación colectiva presencial en la que se realiza la evaluación final del proyecto.

Los proyectos viables se asignan a evaluadores de contenido y calidad artística para que realicen la evaluación individual de contenido y calidad artística. Las bases establecen los factores de evaluación que son utilizados por los evaluadores, considerando los siguientes aspectos:

- Interés para la audiencia.
- Coherencia con los objetivos de la Ley del Consejo.
- Propuesta audiovisual.
- Propuesta argumental.
- Nivel de innovación.
- Universalidad de los contenidos y/o potencial exportable.
- Capacidad del equipo responsable.

Durante el mes de junio y julio se realizan las reuniones colectivas de evaluación de contenido y calidad artística donde asisten los evaluadores correspondientes a cada línea concursable, los funcionarios del Departamento de Fomento y en ocasiones miembros del H. Consejo a objeto de revisar y concordar los proyectos priorizados con calificación, a ser presentados al H. Consejo.

Los proyectos son evaluados con escala de notas de 1.0 a 7.0 y los resultados de esta son presentados al H. Consejo.

C. Etapa de selección y adjudicación.

Selección y Adjudicación

La adjudicación a los proyectos ganadores corresponde privativamente al H. Consejo.

El Departamento de Fomento prepara un informe con la presentación de proyectos priorizados, con los comentarios de los evaluadores y comentarios de la dirección del departamento respecto de datos relevantes de la empresa postulante o del contenido del proyecto en particular para ser enviado a los Consejeros CNTV, quienes ya cuentan con acceso a toda la información de los proyectos viables a través del sistema online.

En las sesiones de Consejo previamente agendadas y coordinadas, se ponen a su disposición todos los proyectos viables postulados, con sus fichas, videos y materiales adicionales.

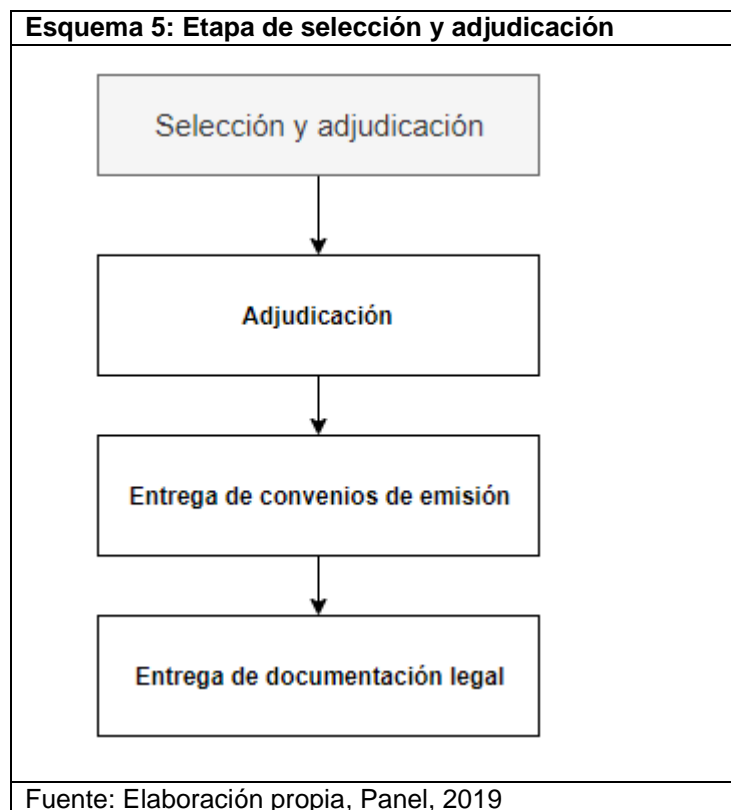
El H. Consejo CNTV, cómo único jurado competente y mediante Acta de Consejo, determina los ganadores del Fondo CNTV de acuerdo al presupuesto disponible y asigna los Fondos, en conformidad a los procedimientos que el mismo Consejo acuerde.

El Consejo adopta sus decisiones considerando principalmente los resultados de la evaluación de contenido y calidad artística y el Informe del Departamento de Fomento.

El Consejo realiza la adjudicación a los proyectos ganadores y conforma un listado de prelación de tres proyectos adicionales.

Los resultados de la adjudicación se publican en la página web institucional a través del Acta de Consejo de la sesión en que haya sido sancionado. En un acto público se realiza

la premiación del Fondo CNTV, en donde se anuncian los proyectos ganadores en cada línea concursable.



Entrega de convenios de emisión

Una vez resuelto el concurso los proyectos que no cuenten con emisión comprometida desde la postulación tienen 60 días para garantizar la emisión del programa por una concesionaria de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción o permisionario de servicios limitados de televisión (plazo establecido en el art. 12b de la Ley N° 18.838).

En caso que un proyecto no garantice su emisión en el plazo establecido por ley se adjudican los Fondos al proyecto que se encuentre en primer lugar de la lista de prelación y así sucesivamente en caso de que otro proyecto no cumpla dicha obligación.

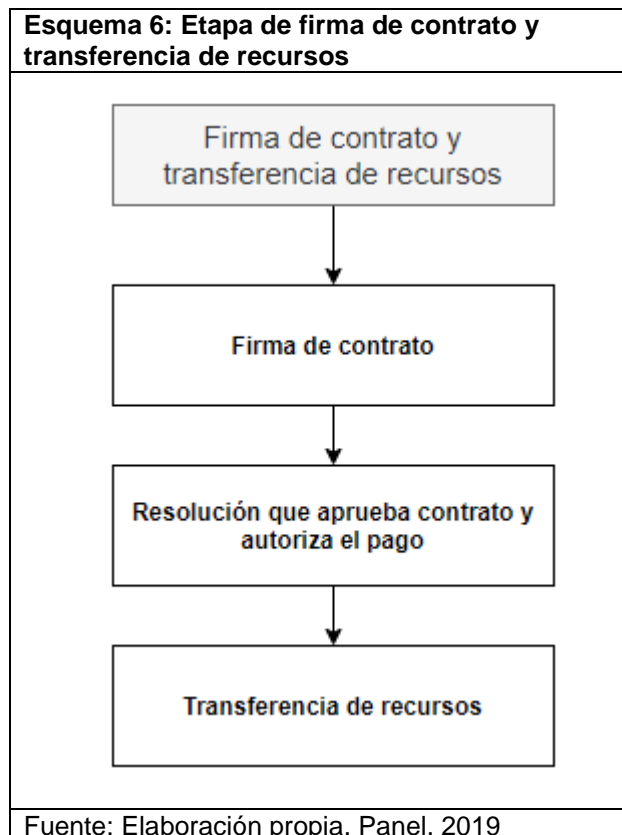
Los convenios de emisión son recibidos por el Departamento de Fomento.

Entrega de documentación legal

Los proyectos que hayan garantizado su emisión deben entregar también la documentación legal solicitada en las bases de concurso para proceder a la firma del contrato.

Esta documentación es reunida por el Departamento de Fomento y derivada una vez completa al Departamento Jurídico para su revisión.

D. Etapa de firma de contrato y transferencia de recursos.



Firma de contrato

El Departamento de Fomento una vez realizada la asignación y publicada el acta solicita a las empresas ganadoras la presentación del compromiso de emisión y de los documentos legales para la realización del contrato tripartito entre CNTV, empresa productora y canal emisor.

Una vez entregados todos los documentos, el Departamento Jurídico elabora el contrato con todos los antecedentes a la vista. Una vez elaborado y visado el contrato, lo envía en 1 ejemplares a V°B° del Departamento de Administración y Finanzas quien lo remitirá visado al Departamento de Fomento.

El Departamento de Fomento gestiona la firma de los Representantes Legales tanto de la empresa productora como del canal y la firma del Presidente CNTV. El plazo actual para la firma de los contratos es hasta el 31 de diciembre de cada año.

El contrato establece entre otros: la modalidad de transferencia de los recursos adjudicados que corresponde a pagos fraccionados del monto total contra entrega de productos comprometidos por el adjudicatario, el plazo máximo de realización, el plazo para la emisión, el proceso de supervisión de contenido y técnico financiero y toda la regulación para la realización del proyecto.

Resolución que aprueba contrato y autoriza el pago

Una vez firmado el contrato el Departamento de Fomento gestiona su legalización en Notaría, luego éste es derivado al Departamento de Administración y Finanzas, quien realiza la resolución que aprueba el contrato y ordena el pago de las cuotas que es firmada por la Presidenta del Consejo.

A través de este documento se puede pagar la primera cuota del proyecto, que corresponde a un adelanto para comenzar la realización del proyecto.

Desde la fecha de resolución, acto administrativo que da el inicio al proyecto, este se considera en desarrollo.

Transferencia de recursos

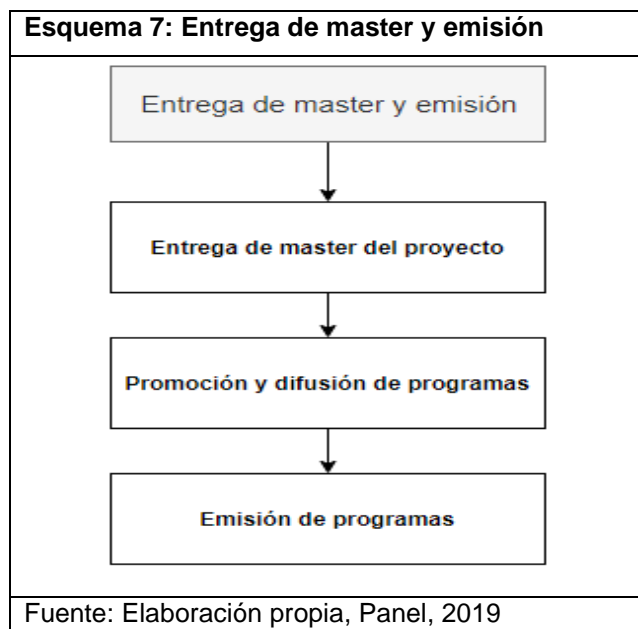
El Departamento de Fomento trabaja en conjunto con la empresa productora el cronograma de realización y pagos que será el documento que determinará el funcionamiento particular de cada proyecto en función de sus etapas de avance y porcentaje de pagos por cada etapa, además de establecer la duración del proyecto dentro del margen de 24 meses como máximo.

Cada cuota de pago es solicitada por el Departamento de Fomento al Departamento de Administración y Finanzas mediante carta que señala el año del Fondo que corresponde, nombre de la productora, nombre del proyecto, monto total asignado, monto y número de cuota a pagar. A su vez, la jefatura del Departamento de Fomento debe contar con el informe previo y V°B° del supervisor de contenido y supervisor financiero. Para el caso de la cuota final debe contar también con un informe técnico respecto al máster y su aprobación broadcast.

El Departamento de Administración y Finanzas procede a indicar a la administradora financiera, el pago de cada cuota de acuerdo a contrato, programación establecida y de acuerdo a carta con V°B° y solicitud de pago del Departamento de Fomento.

Las modificaciones de plazo más allá de 24 meses, modalidad de entregas establecidas por cronograma, cambios de nombre y otros deben ser solicitados al H. Consejo previo informe del Departamento de Fomento avalando o no la solicitud en conjunto con la opinión del Departamento jurídico en cuanto a las posibilidades legales del cambio.

E. Entrega de master y emisión



Entrega de master del proyecto

La entrega final del proyecto corresponde al master que contiene todos los capítulos de la serie, la cual es revisada por la Unidad Técnica/Audiovisual del Departamento de Fomento.

La Unidad Técnica/Audiovisual revisa si cuenta con calidad broadcast para ser emitido por televisión.

Promoción y difusión de programas

Los canales emisores entregan una pauta de promoción y difusión al Departamento de Fomento coherente con los montos aportados para estos efectos.

Una vez aprobada la pauta por el Departamento de Fomento y la Unidad de Comunicaciones los canales emisores comienzan con la promoción y difusión del estreno del programa alrededor de dos semanas antes de su emisión.

El Departamento de Fomento y la Unidad de Comunicaciones velan por el cumplimiento de esta pauta.

Emisión de programas

Los programas son emitidos por los canales emisores, en el horario establecido en bases para aquello.

Cualquier cambio en estos horarios debe ser aprobado con antelación por el Consejo. El Departamento de Fomento hace seguimiento del cumplimiento de éstas emisiones.

Calendarización anual proceso concurso año 2018:

Cuadro 32: Concurso Fondo - CNTV 2018 / Planificación – Fechas (2017)		
Publicación de Bases:	Viernes 29 Diciembre 2017	
Comienzo postulación en línea	Lunes 12 Marzo	
Cierre postulación	Viernes 13 Abril	
Inicio postulación evaluadores	Lunes 5 Marzo	
Cierre postulación evaluadores	Viernes 6 Abril	
Revisión CV evaluación y asignación ETF	6 Abril Al 30 Abril	
Revisión CV evaluación y asignación ECA	14 Mayo Al 29 Mayo	
	FASE 1 / PARTIDA	FASE 2 / TERMINO
Postulación	Martes 10 Abril	Viernes 13 Abril
Evaluación admisibilidad	Lunes 16 Abril	Miércoles 18 De Abril
Publicación admisibilidad	Jueves 19 Abril	
Reclamación	Viernes 20 Abril	Jueves 26 Abril
Capacitación evaluadores etf	Jueves 3 Mayo	Lunes 7 Mayo
Respuesta reclamaciones	Jueves 3 Mayo	
Asignación proyectos evaluadores ETF	Lunes 7 Mayo	
Evaluación ETF individual	Lunes 7 Mayo	Viernes 8 Junio
Capacitación evaluadores ECA	Miércoles 6 Junio	Miércoles 13 Junio
Reuniones técnico-financieras	Martes 12 Junio	Jueves 28 Junio
Asignación proyectos evaluadores ECA	Miércoles 13 Junio	Viernes 29 Junio
Publicación resultados etf	Martes 3 De Julio	
Reclamaciones etf	Miércoles 4 Julio	Martes 10 Julio
Respuestas a postulantes de etf	Miércoles 11 Julio	Viernes 13 Julio
Evaluación ECA individual	Jueves 14 Junio	Jueves 2 Agosto
Reuniones contenido-artístico *	Jueves 12 Julio	Jueves 9 Agosto
Reuniones internas	Martes 14 Agosto	Viernes 17 Agosto
Informe Depto . Fomento	Lunes 20 Agosto	Miércoles 22 Agosto
Despacho a consejeros	Jueves 23 Agosto	
Sesiones h consejo	Lunes 30 Agosto	
	Lunes 3 Septiembre	
Adjudicación	Lunes 10 Septiembre	
Premiación	Jueves 27 Septiembre	
Publicación informes	Lunes 5 Noviembre	
Fuente: CNTV, 2019		

El Fondo CNTV tiene definidos los procesos para la producción de los servicios de financiamiento y desarrollo de oferta de programas de televisión, definiendo apropiadamente las etapas, productos, plazos y responsables de cada etapa.

B. . Estructura organizacional y mecanismos de coordinación al interior de la institución responsable y con otras instituciones.

La Ley 18.838 que crea el CNTV, establece en su Artículo 12 b: el programa Fondo CNTV y le asigna como función: “Promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional o regional, así calificados por el Consejo Nacional de Televisión”.

A continuación se presentará la estructura organizacional y funcional del CNTV y el Fondo CNTV en específico

El Consejo Nacional de Televisión, es una institución autónoma de rango constitucional, su misión: es velar por el correcto funcionamiento de todos los servicios de televisión que operan, u operen a futuro, en el territorio nacional. Las principales funciones definidas por la Ley N°18.838, son:

- Velar por el correcto funcionamiento de los servicios de radiodifusión televisiva abierta y limitados.
- Velar por el cumplimiento de las cuotas de pantalla.
- Promover, financiar o subsidiar la producción, costos de transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.
- Generar contenidos audiovisuales culturales y educativos para audiencias infantiles
- Realizar y encargar estudios.
- Otorgar, renovar, modificar o poner término a concesiones de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción.
- Dictar normas de carácter general para velar por el correcto funcionamiento.

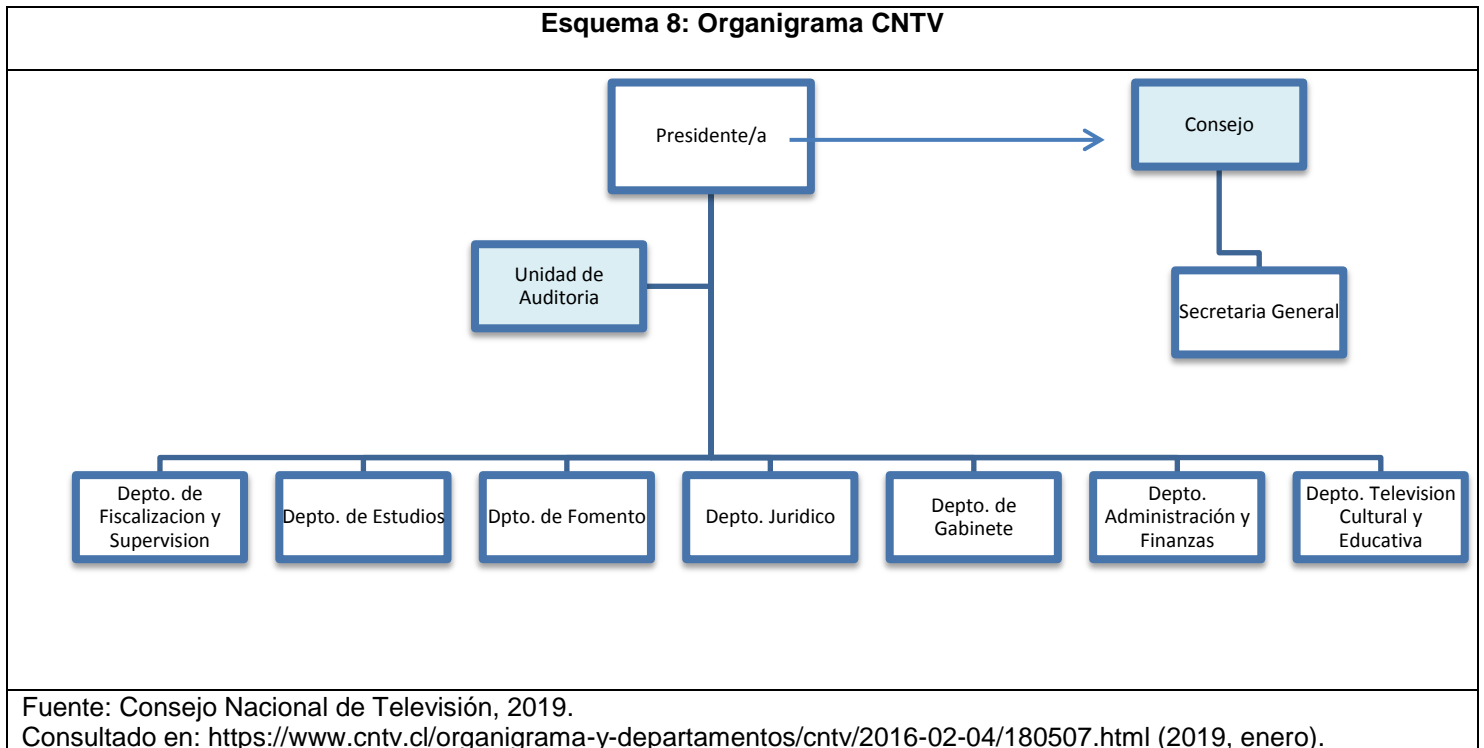
Dentro de las principales funciones mencionadas, cabe destacar, en relación al Fondo, las siguientes acciones:

- Promover la producción y difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad y supervisar la difusión de contenido cultural implica, entre otros: i) Aportar al desarrollo de la industria audiovisual chilena y a la imagen país. ii) Contribuir al desarrollo integral de niños y niñas
- Realizar y encargar estudios, se encuentra a cargo del Departamento de Estudios, quienes generan insumos para la toma de decisiones y consolidar al CNTV como un referente en el sector. Provee antecedentes para que la regulación de la televisión chilena esté a la altura de los estándares internacionales y recoja las tendencias de la industria. En el año 2018 ha realizado más de 20 informes. Sus productos principales son: i) Difusión de IX Encuesta Nacional de Televisión –

ENTV y sus subproductos. ; ii) Estadísticas oficiales: Anuario oferta y consumo 2017, Balance de cargos y sanciones 2017; Balance estadístico de denuncias ciudadanas primer semestre 2018. ii) Informes sobre Género. iv) Televisión: Avances a la transición de la TDT, TV Cultural y educativa.

- Otorgar concesiones de servicios de radiodifusión televisiva para: i) Garantizar el acceso público a la propuesta programática de los servicios televisivos. ii) Apoyar el proceso de migración desde la televisión analógica a la digital.

Para el desarrollo de tales funciones el CNTV cuenta con un Consejo, Unidad de Auditoria, Secretaria General y siete Departamentos: Fiscalización y Supervisión; Estudios; Fomento; Jurídico; Gabinete; Administración y Finanzas; Televisión Cultural y Educativa. El organigrama del CNTV es el siguiente:



El Fondo CNTV, se inserta en el Departamento de Fomento, siendo sus características las siguientes:

El Departamento de Fomento es la dependencia encargada de ejecutar el concurso público mediante el cual el Consejo Nacional de Televisión asigna los recursos para financiar total o parcialmente la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.

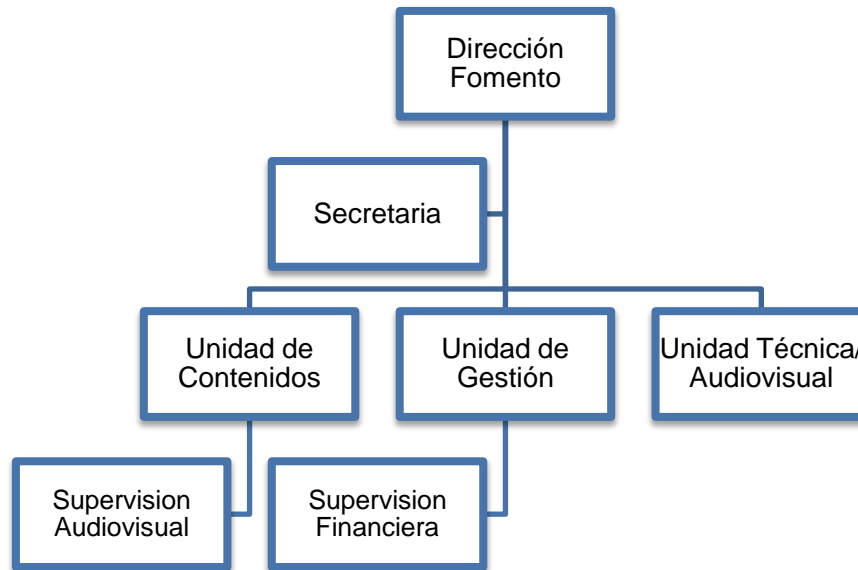
Para cumplir con dicho objetivo, se encargará de llevar a cabo la correcta administración y gestión anual del Fondo CNTV, regulado a través de sus bases de concurso, cuyo monto

se asigna a través de la ley de presupuesto anualmente. De esta forma, se puede sintetizar las funciones de este Departamento en los siguientes puntos:

- Planificar, gestionar y ejecutar el concurso público para asignar los recursos pertenecientes al Fondo CNTV.
- Proponer al H. Consejo medidas de mejoras de las bases del concurso para asignar el Fondo CNTV.
- Proponer mejoras y actualizaciones del sistema de postulación acordes a las bases de concurso vigentes.
- Recibir y organizar las postulaciones al Fondo CNTV.
- Proveer de asistencia e información a los ciudadanos respecto al concurso Fondo CNTV.
- Evaluar tanto técnico financieramente como en su calidad y contenido artístico los proyectos que postulan al Fondo CNTV.
- Asesorar al H. Consejo Nacional de Televisión en el proceso anual de selección del Fondo CNTV.
- Apoyar a la Dirección Jurídica en el proceso de contratación de los proyectos seleccionados.
- Supervisar los contenidos tanto de los guiones como de todos los materiales audiovisuales durante el desarrollo del proyecto a fin de mantener la calidad y el cumplimiento de los objetivos del Fondo.
- Fiscalizar los gastos del proyecto en todas las etapas de su realización, velando por el uso adecuado, eficiente y la correcta inversión de los recursos estatales.
- Supervisar la calidad de la imagen y sonido de los programas, de manera que cumplan con los estándares para ser emitidos en los canales de televisión fijados en los convenios suscritos con el CNTV, previo a la emisión de éstos.
- Supervisar el cumplimiento de los planes de promoción y difusión propuestos por los canales de televisión como también por los horarios de emisión comprometidos.
- Velar por la correcta ejecución de los instrumentos que se suscriban con los adjudicatarios del Fondo CNTV, de conformidad a las respectivas bases e instrucciones que emita el H. Consejo.
- Relacionarse con las entidades, personas, y eventos que tengan relación con la industria de la televisión.
- En general, cumplir con todas aquellas funciones y tareas que le encomiende el H. Consejo Nacional de Televisión y su Presidente en relación a la administración y gestión del Fondo de Apoyo a Programas Culturales.

Para el logro de tales funciones, el Departamento de Fomento, cuenta con tres unidades: Contenido, Gestión y Técnica/Audiovisual. Su organigrama es el siguiente:

Esquema 9: Organigrama Departamento De Fomento



Fuente: CNTV, 2019

La organización funcional del Departamento de Fomento, es la siguiente:

Cuadro 33: Definición de Funciones y Cargos CNTTV

Cargo	Objetivo del cargo	Funciones
Director/a de Fomento	Dirigir y gestionar el Departamento de Fomento.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el diseño, bases, gestión y ejecución del concurso Fondo CNTV para la realización de proyectos audiovisuales de calidad. • Selección de evaluadores tanto nacionales como internacionales. • Coordinación de la evaluación tanto técnico financiera, como de contenido artístico. • Representación del Equipo de Fomento ante el H. Consejo del CNTV. • Preparación y presentación de todos los antecedentes del proceso al H. Consejo CNTV para la mejor toma de decisiones. • Generar información, estadísticas y antecedentes según requerimiento de Jefatura Directa y H. Consejo. • Coordinar correcta y oportunamente la ejecución de los Fondos en su conjunto. • Velar por la correcta ejecución de los recursos asociados al Fondo. • Coordinación con el Departamento Jurídico para la revisión y firma de los contratos de ejecución de proyectos, así como los convenios con canales. • Representar al CNTV en las actividades que promuevan la mayor y mejor participación de proyectos en el concurso del Fondo.

Cuadro 33: Definición de Funciones y Cargos CNTTV

Cargo	Objetivo del cargo	Funciones
		<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación con Dirección de Comunicaciones del CNTV de actividades relacionadas con la difusión del Fondo CNTV. • Regular relación con canales de televisión para supervisar el cumplimiento de los planes de promoción y difusión propuestos, así como horarios de emisión. • Representar al CNTV frente al Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA).
Jefa/e Unidad de Gestión	Supervisar y resguardar el adecuado funcionamiento de los procesos del Departamento de Fomento y de los proyectos en ejecución del Fondo-CNTV.	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a la jefatura directa en todo el proceso de diseño de bases, gestión y ejecución del concurso Fondo-CNTV. • Controlar el nivel de cumplimiento de los contratos proyectos del Fondo-CNTV que se encuentren en ejecución. • Supervisar la etapa de evaluación técnica financiera. • Supervisar los presupuestos de los proyectos en ejecución del Fondo-CNTV y sus eventuales cambios, velando por la correcta inversión y optimización de los recursos. • Apoyar a la jefatura directa en el control de pagos de los proyectos en ejecución del Fondo-CNTV. • Generar información, estadísticas y antecedentes, respecto de los proyectos en desarrollo y procesos del Departamento de Fomento, para la toma de decisiones. • Desarrollar proyectos de mejora continua, buscando optimizar los procesos y tareas que realiza el Departamento de Fomento. • Apoyar a la jefatura directa en materias de cambios de contrato, cronograma, plazos u otras solicitudes. • Apoyo a la jefatura directa en la planificación anual del Departamento. • Construcción y control del presupuesto del Departamento. • Contraparte para temas y requerimientos de Transparencia, Convenios de Desempeño y otros referentes al Departamento.
Jefa/e Unidad de Contenido	Supervisión del desarrollo de contenido de programas financiados por el Fondo CNTV y apoyo a la participación en instancias nacionales e internacionales que permitan generar alianzas y redes de contactos a fin de impulsar el Fondo	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de etapa de evaluación de contenido y calidad artística del Concurso de Fondo CNTV. • Apoyo a la jefatura en el proceso de selección de evaluadores externos para la etapa de contenido y calidad artística. • Guiar los paneles de evaluación de contenido y calidad artística. • Supervisar el contenido de los proyectos ganadores del Fondo CNTV. • Revisar y analizar el contenido de las entregas de los proyectos ganadores del Fondo-CNTV y emitir informe al respecto a la jefatura. • Contraparte de los ejecutores principales de los

Cuadro 33: Definición de Funciones y Cargos CNTTV		
Cargo	Objetivo del cargo	Funciones
	CNTV	<p>programas premiados el desarrollo de los proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contraparte de los ejecutores principales de los programas en desarrollo con el supervisor de los proyectos. • Apoyo a la Unidad de Gestión en la supervisión del estado de avance de los proyectos ganadores del Fondo CNTV, de acuerdo a sus contratos y cronogramas. • Apoyo a la jefatura directa en la supervisión de la correcta emisión de los proyectos ganadores del Fondo, en cuanto a registro audiovisual y horarios de transmisión. • Planificación de la participación del departamento en los principales mercados y festivales, nacionales e internacionales, u otras instancias que promuevan la mayor y mejor participación de proyectos en el concurso del Fondo y en miras a que los que ya se adjudicaron un premio tengan la posibilidad de crecer a través de coproducciones u otras ventanas de exhibición
Jefe/a Unidad Técnica Audiovisual	Participar en la ejecución del Fondo CNTV, principalmente resguardando la calidad técnica audiovisual de los programas financiados por el Fondo CNTV para que su posterior emisión en televisión cumpla con los mejores estándares de calidad broadcast ⁹⁹ y las actividades realizadas por el Departamento.	<ul style="list-style-type: none"> • Participar en la ejecución del Fondo CNTV. • Supervisión técnica de los programas ganadores del Fondo para su aprobación, antes de ser emitidos por los canales de televisión (offlines, onlines y master final). • Montaje y realización de videos del Departamento de Fomento. • Realización y Post Producción del making off de los proyectos ganadores. • Responsable y contraparte del Departamento para plataforma audiovisual online del CNTV. • Contraparte de producción técnica de las actividades externas del CNTV, en especial de la ceremonia de premiación del Fondo CNTV.
Supervisor Audiovisual /a Unidad de Contenidos	Participar en la ejecución del Fondo de Fomento CNTV, especialmente en la coordinación y supervisión de la producción de programas financiados por el Fondo	<ul style="list-style-type: none"> • Participar en tareas del Concurso Fondo CNTV. • Coordinar con la Unidad de Informática todo lo relativo al sistema de postulación del Fondo CNTV. • Apoyo a los postulantes contestando preguntas y elaboración de boletines informativos durante el proceso de postulación. • Coordinación de evaluadores de etapas ETF y ECA. • Apoyo a la Unidad en la supervisión de

⁹⁹ Refiere a la difusión amplia, difusión ancha o broadcast, es la transmisión de datos que serán recibidos por todos los dispositivos en una red.

Cuadro 33: Definición de Funciones y Cargos CNTTV

Cargo	Objetivo del cargo	Funciones
		<p>contenido de los proyectos ganadores del Fondo CNTV.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar informes de avance de los proyectos y los solicitados por la Jefatura Directa. • Generar informes, reportes y estadísticas respecto de la emisión de los proyectos ganadores del Fondo CNTV, en cuanto a registro audiovisual, horarios de transmisión e índices de audiencia. • Colaborar con los requerimientos de Transparencia. • Colaborar con la Unidad de Gestión en Convenios de Desempeño y Programa de Mejoramiento de la Gestión de Fomento CNTV.
Supervisor Financiero /a Unidad de Gestión de	Supervisar y revisar el proceso de rendición de cuenta de los proyectos en ejecución del Fondo CNTV, resguardando el uso correcto de los recursos.	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión y revisión de las rendiciones de cuenta de los proyectos financiados por el Fondo-CNTV, incluyendo todos los proyectos en ejecución de Fomento CNTV. • Apoyar la supervisión de la etapa de evaluación técnica financiera. • Control del flujo de recursos de los proyectos en realización respecto a los montos rendidos. • Velar por la correcta ejecución de los recursos asociados al Fondo. • Alertar ante gastos que no tengan relación aparente con la realización de los proyectos. • Realizar informes, análisis y otros por encargo de la jefatura. • Participar en las tareas de la unidad de gestión. • Apoyo en la construcción y control del presupuesto del Departamento. • Apoyo en la supervisión de presupuestos de los proyectos ganadores. • Apoyo para temas y requerimientos de Transparencia, Convenios de Desempeño y otros referentes al Departamento.
Secretaria/o	Participar en la ejecución del Fondo CNTV, principalmente coordinando las labores de secretaría y administrativas del Departamento de Fomento	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación y atención de consultas de los realizadores, incluyendo el informar a los ganadores del Fondo CNTV para coordinar documentos a entregar. • Apoyar a la Unidad de Gestión en el control de pagos a ganadores (informes, cartas de pago e ingresos en sistema de control). • Seguimiento a los contratos de ejecución firmados entre el CNTV, los canales y los realizadores. • Coordinación de entrega de informes de los supervisores para pago a realizadores y el seguimiento a estos pagos. • Organización de reuniones de la etapa de evaluaciones y aquellas propias del Departamento. • Coordinación de los viajes de miembros del Departamento de Fomento, así como de los evaluadores externos.

Cuadro 33: Definición de Funciones y Cargos CNTTV		
Cargo	Objetivo del cargo	Funciones
		<ul style="list-style-type: none"> • Cotizaciones, recepción de documentos, apoyo en todo lo relativo a la ceremonia de premiación o cualquier otro evento de Fomento. • Recepción de solicitudes de los canales locales para copiado de programas disponibles en la plataforma audiovisual de programas. • Recepción y gestión de solicitudes de Coordinadores Regionales de programas del fondo para festivales y otros eventos. • Apoyar a la Unidad de Gestión en las compras realizadas a través del sistema de Mercado Público. • Apoyar a la Unidad de Contenidos en la entrega de información a los Departamentos del CNTV y usuarios que solicitan a través de Transparencia relativos a los ganadores del Fondo
Fuente: Elaboración Propia, Panel 2019, con base a CNTV, Minuta 1.		

A continuación, se presenta la descripción de cargos según calidad jurídica, grado, estamento, renta y profesión.

Cuadro 34: Descripción de Cargos					
Cargo	Calidad Jurídica	Grado	Estamento	Renta bruta	Profesión
Director/a	Contrata	4	Profesional	\$3.488.920	Abogado, LL.M. con especialización en entretenimiento, comunicaciones y propiedad intelectual.
Jefe/a Unidad Gestión	Contrata	9	Profesional	\$2.258.643	Comunicadora audiovisual especialidad Televisión.
Jefe/a Unidad Contenidos	Contrata	10	Profesional	\$2.180.945	Periodista, magister en guiones y desarrollo audiovisual.
Jefe/a Unidad Técnica audiovisual	Contrata	12	Profesional	\$1.848.121	Comunicador Audiovisual
Supervisor Audiovisual	Honorarios	N/A	Profesional	\$1.865.979	Comunicador Audiovisual
Supervisor Financiero	Contrata	15	Profesional	\$845.937	Administrador Público
Secretaria/o	Contrata	11	Administrativo	\$1.245.307	Técnico en asistencia social
Fuente: CNTV. 2019					

En relación a la vinculación con regiones, el CNTV tiene agentes públicos en algunas regiones. Se incluyen viajes del Departamento de Fomento en caso de ser necesario

(visitas a producciones en desarrollo, difusión de las bases¹⁰⁰). La administración del fondo se realiza desde el nivel central, no está descentralizada ni desconcentrada.

En relación a los *mecanismos de coordinación internos*, el fondo se vincula con CNTV Infantil (ex Novasur¹⁰¹), cuyo objetivo es generar programación infantil nacional y de calidad en televisión abierta, busca contribuir al desarrollo integral de niños y niñas del país. El Fondo de Apoyo a Programas Culturales colabora con CNTV Infantil otorgando fondos dentro de sus líneas concursables (pre-escolar e infantil) a proyectos orientados a niño/as que, una vez producidos y emitidos por televisión abierta, se ponen a disposición del programa CNTV Infantil para, a través de éste, obtener nuevas vitrinas de difusión. CNTV Infantil encarga la producción de los contenidos que ellos mismos deciden. Por lo tanto, no existe un concurso público.

En relación a la gestión y coordinación con *organismos externos*, el fondo se vincula con el Fondo de Fomento Audiovisual y con CORFO:

Cuadro 35: Organismos externos con los que se vincula el Fondo CNTV		
Programa	Descripción	Vinculación
CORFO, Ministerio de Economía	Su objetivo es el financiamiento del desarrollo de proyectos audiovisuales de series, web series y mini series. Los proyectos podrán ser postulados en los géneros de ficción, documental y animación	CORFO es consultado anualmente respecto de las bases del concurso Fondo de Apoyo a Programas Culturales y se encuentra en contacto permanente para la consolidación de información de los ganadores de ambas instituciones, ya que CORFO financia solamente la etapa de desarrollo de las series (etapa que no financia el CNTV), por lo que es usual tener proyectos en común que se complementan con ambos Fondos. El trabajo de coordinación tiene como base la participación de un consejero de CORFO en el CAIA.
Fondo de Fomento Audiovisual, Ministerio de las Culturas, las Artes y el	Su objetivo es el financiamiento de proyectos, programas y actividades enfocadas en el fomento de la industria audiovisual chilena.	El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio es consultado anualmente respecto de las bases del concurso Fondo de Apoyo a Programas Culturales. Además, el Director del Departamento de Fomento representa al CNTV ante el Consejo del Arte

¹⁰⁰ En general no se realizan “charlas” a fin de no dejar en desventaja a quienes no pueden acceder a ellas, las consultas se contestan a través de un sistema (SIAC), y la información, presentaciones y otros se publican en la página Web institucional.

¹⁰¹ La Programación Cultural y Educativa del Consejo Nacional de Televisión, Novasur, nace el año 2000 con el fin de promover el uso del audiovisual en las salas de clases del país. A la fecha se ha posicionado como la única iniciativa pública de televisión para jóvenes e infancia, y sus contenidos son transmitidos desde Arica a Punta Arenas, incluyendo Isla de Pascua, y por estos días estrena nuevo sitio web. En la actualidad se utiliza una nueva versión del sitio, implementando mejoras como un nuevo reproductor que se adapta a la calidad de conexión, listas de reproducción, buscador mejorado y espacios con guías educativas para que los profesores puedan usar el material en sala de clases, además de actividades y juegos interactivos basados en las series. Junto a ello, se puede encontrar una programación especial por streaming. Ref: <https://www.cntv.cl/conoce-el-nuevo-sitio-de-la-programacion-cultural-y-educativa-novasur/cntv/2017-01-19/171211.html>

Cuadro 35: Organismos externos con los que se vincula el Fondo CNTV		
Programa	Descripción	Vinculación
Patrimonio		y la Industria Audiovisual (CAIA), dependiente de este Ministerio.

Fuente: Elaboración Propia, Panel 2019, con base a CNTV, Minuta 1.

A su vez, el Fondo CNTV, el Fondo de Fomento Audiovisual y CORFO, participan en el CAIA. El CAIA es el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, un organismo sectorial¹⁰², creado a partir de la promulgación de la ley 19.981 de Fomento Audiovisual. Su objetivo es el desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como la investigación y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales. El Fondo CNTV, en dicho marco, está destinado al financiamiento de proyectos, programas, actividades y acciones de fomento audiovisual televisivo, nacional, mediante concursos públicos. El Director de Fomento es el representante de CNTV ante el CAIA.

En relación a la gestión y coordinación con programas relacionados, no existen otros programas públicos dedicados al financiamiento de contenidos de Televisión.

Luego de analizar las características del Fondo CNTV, sobre su organización y las coordinaciones que establece al interior de la institución como con otras instituciones del Estado, es posible afirmar que: la estructura organizacional en su diseño considera un equipo de 7 profesionales que abordan las diferentes temáticas que desarrolla el fondo, identificándose una estructura directiva, coordinaciones y supervisores. Todos los cargos están cubiertos. En la descripción de funciones, se abordan todas las fases correspondientes a una adecuada administración del fondo-CNTV, desde la supervisión del desarrollo de contenido de programas financiados por el Fondo CNTV, apoyo a la participación en instancias nacionales e internacionales que permitan generar alianzas y redes de contactos a fin de impulsar el Fondo, resguardar la calidad técnica audiovisual de los programas financiados por el Fondo CNTV para que su posterior emisión en televisión cumpla con los mejores estándares de calidad broadcast y las actividades realizadas por el Departamento, coordinar y supervisar la producción de programas financiados por el Fondo, revisar el proceso de rendición de cuenta de los proyectos en ejecución del Fondo CNTV, resguardando el uso correcto de los recursos, coordinar las labores de secretaría y administrativas del Departamento de Fomento, y finalmente desde la dirección del fondo, supervisar y resguardar el adecuado funcionamiento de los procesos del Departamento de Fomento y de los proyectos en ejecución del Fondo-CNTV, actividad ejecutada desde la Unidad de Gestión. A su vez, en el caso del CNTV, la unidad del fondo cuenta con el apoyo para la gestión de las otras unidades institucionales,

¹⁰² El Secretario Ejecutivo del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual es el Coordinador del Fondo de Fomento Audiovisual, del Ministerio de la Culturas, las Artes y el Patrimonio. Sus Consejeros representan a los siguientes sectores: Ministerio de Relaciones Exteriores; Corporación de Fomento de la Producción (CORFO); Consejo Nacional de Televisión (CNTV); directores de otros formatos audiovisuales; directores y productores de documentales; productores de audiovisuales; actores y actrices de audiovisuales; guionistas; académicos (2); actividad audiovisual regional (3). Ref: <https://www.cultura.gob.cl/audiovisual/caia/>

evidenciándose en las visitas realizadas a la institución la colaboración establecida con el área de gestión, finanzas, estudios, fiscalización de norma cultural y comunicaciones.

Acerca de la coordinación externa, el fondo se encuentra articulado con el CAIA¹⁰³, instancia que define las políticas y estrategias audiovisuales. Al respecto, es posible apreciar que el CAIA tiene atribuciones sobre el Fondo Audiovisual, del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, mas no sobre los otros miembros del mismo, por ejemplo, el Fondo-CNTV. Ante lo cual, y si bien esta recomendación correspondería al funcionamiento del CAIA, sería conveniente considerar a dicha instancia como un espacio de definiciones transversales para todos los actores vinculados al campo audiovisual, donde por ejemplo se podría potenciar el desarrollo de cada espacio productivo (ICA) de manera sinérgica.

C. Criterios de asignación de recursos, mecanismos de transferencia de recursos y modalidad de pago

Criterios de asignación/distribución de recursos

En relación a los criterios de distribución de recursos, el Fondo CNTV tiene una discriminación positiva en la línea regional, ya que estos postulantes no compiten directamente con los canales de cobertura nacional ni las empresas productoras de la Región Metropolitana.

Por otra parte, las empresas productoras regionales también tienen la posibilidad de participar directamente en cualquier línea si así lo prefieren, generando contenidos regionales en todas las categorías y no sólo en aquella exclusivamente dedicada a estas temáticas.

Mecanismos de transferencia de recursos y modalidad de pago

El financiamiento de los proyectos por parte del CNTV se realiza mediante cuotas establecidas en el cronograma de cada proyecto adjudicado. La modalidad de pago considera una primera cuota como anticipo para la puesta en marcha de la producción del proyecto, mientras que las cuotas restantes se efectúan una vez se haya aprobado la rendición de cuenta de la cuota anterior.

Los recursos asignados a los proyectos adjudicados en los concursos son administrados por corredoras de bolsa o administradoras de carteras de inversión. El proceso de transferencia de recursos de la administradora financiera a las productoras audiovisuales es el siguiente:

¹⁰³ En el marco del CAIA, en la actualidad se ha firmado un convenio con Pro Chile de manera de promover en el extranjero la coproducción internacional, ello permitirá aumentar el monto de los aportes externos, disminuyendo el aporte del CNTV

- Con la resolución que se premian los proyectos y se destinan los fondos se procede a la transferencia de los recursos a la Corredora de Bolsa para su administración¹⁰⁴.
- Una vez firmado los contratos y dictada la resolución respectiva que lo aprueba y autoriza el pago, se ingresa a una cuenta por pagar con el número de cuotas y la identificación de la productora.
- En cada carta que el CNTV envía al banco para solicitar el pago de una cuota del proyecto, se identifica el año, el rut de la productora y numero de cuota a pagar.
- Al enviar la carta para pago, se procede a la contabilización y con ello la rebaja de la cuenta por pagar, quedando en cero una vez finalizado el proyecto.
- Mensualmente la Corredora envía un Informe de Gestión el cual es conciliado con la información contabilizada como pagada.

Aportes de Terceros

El Fondo CNTV contempla el cofinanciamiento de los proyectos por parte de las entidades postulantes, así como el aporte de terceros y el aporte de los canales de televisión. Sin embargo, los proyectos pueden postular a ser financiados en forma total o parcial por el fondo, exceptuando las nuevas temporadas de los programas.

Normas específicas establecidas para el financiamiento de los proyectos son:

- Los canales de cobertura nacional que postulan sin productora independiente deben aportar al menos el 30% del costo de producción.
- No se puede contabilizar en el costo de producción el costo de difusión y promoción.
- Se entienden comprometidos como aportes los indicados en el presupuesto, pero en caso de ser seleccionado el proyecto el postulante debe entregar respaldo de estos aportes ante notario.
- En el caso de que el beneficiario incumpla con el plazo establecido para hacer el aporte, el CNTV se reserva el derecho de evaluar la continuidad del contrato y hacer efectivas las cláusulas de responsabilidad.
- Si el proyecto postulado obtuvo otros fondos, nacionales o internacionales, públicos o privados, deben incluirse en el presupuesto como aporte propio.
- Si el proyecto obtiene otros aportes en cualquier etapa del concurso o ejecución, debe informar por escrito al CNTV.
- El postulante debe también declarar en el presupuesto como aporte propio los gastos en que incurre por concepto de desarrollo del proyecto.

Rendición de cuentas

¹⁰⁴ El costo de la comisión por la administración de los recursos, fluctúa entre los \$2.090.000 y \$2.500.000 mensual (2019), como máximo, siendo un porcentaje muy bajo en relación a lo que se cobra en el mercado por dicho servicio, por lo tanto eficiente, en relación al alto monto que manejan. Esto es posible porque son carteras de bajo riesgo. Lo anterior se realiza, siguiendo las instrucciones realizadas por la DIPRES, en relación a la administración de los recursos en esta modalidad

De acuerdo a las bases del concurso, el contrato entre el CNTV y la entidad adjudicataria ejecutora de los proyectos estipulará en relación a la rendición de cuenta del uso de los recursos, que la empresa responsable del proyecto deberá rendir cuenta en forma documentada de la totalidad del monto transferido por el CNTV en la forma dispuesta por el Protocolo de Rendición de Cuenta aprobado por el H. CNTV.

El protocolo de rendición de cuentas que regula este proceso, establece que el proceso de rendición de cuentas será supervisado por el Departamento de Fomento Audiovisual de la institución.

Este proceso está normado de acuerdo a las normas de la ley N° 18.838 –que crea el Consejo Nacional de Televisión-, del decreto ley N° 1.263 –de Administración Financiera del Estado-, y según la resolución N° 30, de 2015, de la Contraloría General de la República –que fija Normas sobre Procedimiento de Rendición de Cuentas.

El protocolo de rendición de cuentas opera como marco obligatorio para las cláusulas sobre la rendición de cuentas, que puedan insertarse en los contratos que el Consejo Nacional de Televisión celebre con los adjudicatarios del FONDO-CNTV. Su finalidad consiste en precaver, instar y a la vez comprobar que los gastos efectuados en el marco de cada proyecto posean una vinculación clara e indubitable, con los objetivos de cada proyecto, plasmados en los contratos celebrados con el adjudicatario, en las bases de cada concurso, y, en términos generales, en el artículo 12, letra b), de la ley N° 18.838.

En todo lo no previsto en el protocolo de rendición de cuentas, rigen supletoriamente las disposiciones de la resolución N° 30, de 2015, de la Contraloría General de la República, que Fija Normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas.

Sin la aprobación de todos los informes de rendición por cada cuota entregada, no se hace entrega de nuevos recursos, salvo que el adjudicatario garantice a través de vale vista, póliza de seguro, depósito a plazo o de cualquier otra forma que asegure el pago de manera rápida y efectiva la parte no rendida de la respectiva cuota. Para la entrega de la cuota final por parte del Consejo, todas las rendiciones anteriores deben encontrarse aprobadas y/o debidamente garantizadas en su parte no rendida.

El adjudicatario debe firmar un comprobante de recibo de fondos por cada una de las cuotas y/o transferencias que reciba del Consejo Nacional de Televisión.

Las obligaciones específicas de responsabilidad de la entidad adjudicataria de los subsidios del Fondo CNTV son las siguientes:

- Asegurar que los recursos entregados por el CNTV sean utilizadas para ejecutar las actividades del proyecto específico.
- Velar porque los documentos presentados en las rendiciones al CNTV no sean utilizados en alguna otra rendición presentada a otro organismo público o privado.
- Registrar contable y financieramente las operaciones realizadas con fondos públicos.
- Cumplir las exigencias del Servicio de Impuestos Internos en relación a los documentos tributarios presentados en la rendición.
- Cumplir con la ley laboral.
- Para el pago de cada cuota de los fondos adjudicados, adjuntar previamente Certificado de Cumplimiento de Obligaciones Laborales y Previsionales emitido por la Dirección del Trabajo.

- Poner a disposición de los Entes Fiscalizadores y/o del CNTV toda la documentación incidente en la rendición de cuentas, cuando le sea requerido.
- Entregar al Consejo Nacional de Televisión o a los organismos fiscalizadores respectivos, toda la documentación que les sea requerida para efectos de la rendición de cuentas y el cumplimiento de los estándares que la normativa exige para su aprobación y consecuente entrega de recursos.

En relación a la documentación de respaldo de gastos, las entidades adjudicatarias deben presentar la rendición de cuentas en base a la acreditación documentada de que los gastos realizados durante el periodo o cuota a rendir han sido necesarios e indispensables para cumplir con las diversas actividades esenciales para el desarrollo del proyecto

El programa cuenta con un adecuado sistema de asignación y transferencia de recursos, así como de revisión y seguimiento de las rendiciones de cuentas de los adjudicatarios de los proyectos. El Fondo cuenta con una política de aporte de terceros en el financiamiento de los proyectos, compartiendo el riesgo financiero y comercial con los beneficiarios.

D. Funciones y actividades de seguimiento y evaluación que realiza la unidad responsable

Todos los proyectos ganadores son supervisados por el Departamento de Fomento.

El Departamento de Fomento asigna un supervisor de contenido que es el responsable del proyecto desde su inicio hasta el término, que se encarga de revisar los avances y recepción conforme de etapas de acuerdo a contrato. La Unidad de Contenido se encarga del seguimiento, revisión y aprobación de los productos comprometidos por los adjudicatarios en el cronograma, establecido en el contrato, velando por lograr de manera óptima el desarrollo del proyecto. Por cada cuota genera un informe de contenido de la entrega comprometida a la dirección del Departamento de Fomento.

Respecto del funcionamiento financiero del proyecto el Departamento de Fomento asigna un supervisor financiero que apoya el desarrollo de la producción con el fin de hacer eficientes y velar por la correcta inversión de los recursos. La Unidad de Gestión se encarga de la supervisión técnica financiera de los proyectos que incluye el control presupuestario y la revisión de las rendiciones de cuenta, además de controlar el cumplimiento del contrato suscrito con el adjudicatario en términos de plazos y procesos. Por cada cuota rendida genera un informe de rendición de cuentas a la dirección del Departamento de Fomento

El Departamento de Fomento también realiza una supervisión de las emisiones de los proyectos y el cumplimiento de las obligaciones comprometidas por los canales.

La dirección del Departamento de Fomento con el informe de contenido y el informe de rendición de cuentas genera una carta solicitando el pago de la respectiva cuota al Departamento de Administración y Finanzas quienes a su vez solicitan al Banco la transferencia de los recursos.

Medición de resultados de los proyectos mediante la medición de audiencias televisivas

Un elemento central para hacer seguimiento de los programas de televisión financiados por el Fondo CNTV, en relación a los resultados esperados por el programa, es la medición de las audiencias que tienen estos programas cuando se emiten en los canales de televisión.

El Departamento de Fomento con el apoyo del Departamento de Estudios realiza una evaluación de la emisión de la serie, usando como herramienta principal el TV DATA que contiene todos los datos de consumo de los programas financiados por el Fondo CNTV. Esta fuente de información proviene del estudio de audiencias televisivas "People meter" la ejecuta la empresa Kantar Ibope Media quienes son propietarios y proveedores en Chile de esta información.

Mediante estas mediciones se estiman indicadores de seguimiento de las audiencias de los programas financiados por el Fondo CNTV y emitidos por los canales de televisión, en transmisión abierta o de pago.

Los principales indicadores son los siguientes:

- RATING (Rat%): corresponde al porcentaje de un target (persona/hogar) que sintoniza, en promedio, un evento televisivo en un momento dado.
- FIDELIDAD (Fid%): también conocida como porcentaje de permanencia, porcentaje de duración del programa sobre el target que asistió al programa.
- AFINIDAD (Aff%): comparación del rating de un target específico contra el rating total personas (target de referencia) expresado en porcentaje con base 100.

Anualmente se generan informes con estas evaluaciones.

El programa cuenta con mediciones de audiencias de sus programas mediante metodologías e indicadores utilizados por la industria, lo que le permite realizar comparaciones con estos estándares.

Anexo 4: Análisis de Género de programas Evaluados

El problema que aborda el Fondo-CNTV refiere a la “escasa oferta de programación de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta (televisión de libre recepción)”. El análisis sobre la incorporación del enfoque de género en el Fondo parte por el análisis de las brechas de género en relación a la industria cultural audiovisual (ICA), a fin de contextualizar el problema en una escala mayor, ello permitirá comprender la brecha ad intra programa. La relevancia de indagar en este tema radica en la necesidad de “transitar hacia la equidad de género en el ámbito cultural y asentar las bases para que las mujeres vayan accediendo, en pie de igualdad con los hombres, a los recursos necesarios que les permitan tener plena participación en la creación y difusión de sus contenidos culturales”, ello vinculado a la obtención de datos que sirvan de “referencia y complemento al diseño de políticas y programas que impulsen y fortalezcan la presencia femenina en el campo del arte y la cultura del país” (Bases CNCA, 2016 en: (Leal Suazo & et al, 2016, pág. 4). De esta manera se puede identificar las barreras de género en el sector televisivo, y luego observar cómo se vincula con la acción del Fondo-CNTV.

Por otro lado, la participación de las mujeres en el medio audiovisual y su representación en los relatos televisivos, desarrollados en nuestro país, impacta también en la configuración de la sociedad. Donde, “quienes tienen el poder del relato tienen una fuerte influencia en nuestros imaginarios, deseos y mirada del mundo, por lo que nos parece muy valioso conocer en qué lugar están las realizadoras chilenas en el panorama de la producción y cuáles son las maneras en que a las mujeres chilenas se nos representa en pantalla”, indica Antonieta Estevez¹⁰⁵.

Sobre las condiciones estructurales de desigualdad entre hombre y mujer, en los medios audiovisuales, se indica un mayor nivel de desigualdad en relación al empleo, y menor en relación a las remuneraciones.

Cuadro 36: Diferencias entre hombres y mujeres en los dominios culturales definidos por la UNESCO: Medios Audiovisuales e Interactivos (radio, TV, videos, filmes, juegos en línea, portales, sitios web asociados a redes sociales).			
Matriculados Educación Superior, año 2014	Promedio remuneraciones del sector (\$)	Distribución del empleo según sexo (cuando no suma 100% es porque un % de personas no informa su sexo)	Remuneraciones por sexo
Hay 70 carreras de pregrado relacionadas, donde existen más hombres que	\$669.638	Existen más hombres empleados que mujeres. En el sector el 60,6%, son hombres y el 33,6% son mujeres	Los hombres, en promedio, ganan \$93.015 pesos más. En todos los dominios culturales, excepto en radio las mujeres ganan \$8943 pesos más que los hombres. La

¹⁰⁵ Directora de FEMCINE. El Festival Cine de Mujeres, FEMCINE, es un evento gratuito que se realiza anualmente en la Región Metropolitana. La versión 2019 de FEMCINE 9 cuenta con 66 títulos (42 largometrajes y 24 cortometrajes), a exhibirse en 70 funciones. La programación cuenta con tres secciones competitivas y muestras paralelas, que ofrecen una amplia mirada al cine hecho por mujeres en el mundo. FEMCINE es un proyecto financiado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, a través del Fondo de Fomento Audiovisual, convocatoria 2018. Ref: www.femcine.cl, fecha de acceso 10 de marzo, 2019

Cuadro 36: Diferencias entre hombres y mujeres en los dominios culturales definidos por la UNESCO: Medios Audiovisuales e Interactivos (radio, TV, videos, filmes, juegos en línea, portales, sitios web asociados a redes sociales).			
Matriculados Educación Superior, año 2014	Promedio remuneraciones del sector (\$)	Distribución del empleo según sexo (cuando no suma 100% es porque un % de personas no informa su sexo)	Remuneraciones por sexo
mujeres. Mujeres: 2117 (33%) Hombres: 4366 (67%)		En especial, las mujeres, en la televisión son un 42,6%, y en el sector Audiovisual son un 43,1%	mayor brecha salarial, a favor de los hombres, existe en Filmes y Videos, donde los trabajadores ganan en promedio \$302.135 mas que las mujeres.
Fuente: (Leal Suazo & et al, 2016, pág. 76)			

Lo anterior atenta contra las convenciones firmadas por Chile en favor de una mayor equidad de género en general, y en el arte y la cultura, en particular, por ej. la CEDAW, Beijing, el Pacto de San José de Costa Rica, Belem do Pará; además de las convenciones referidas al arte, la cultura y el patrimonio, Declaración de Hangzhou, la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales al Servicio del Desarrollo, Estocolmo, Plataforma de Acción de Beijing, y en la actualidad el Objetivo de Desarrollo Sostenible, número 5.

A continuación se ilustra sobre las brechas de género, vinculadas a los estereotipos, en la TV, en tanto los mismos afectan la calidad de los contenidos que se transmiten, de acuerdo a lo señalado en la normativa vigente: "La Ley N°18838 define como correcto funcionamiento el permanente respeto, a través de su programación, de la democracia, la paz, el pluralismo, el desarrollo regional, el medio ambiente, la familia, la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud, los pueblos originarios, *la dignidad humana y su expresión en la igualdad de derechos y trato entre hombres y mujeres*, así como el de todos los derechos fundamentales reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales ratificados por Chile, y que se encuentren vigentes"¹⁰⁶ Específicamente las brechas de género en el ámbito de la televisión son parte de las brechas existentes en la sociedad, "llama la atención sobre cómo esta situación -con los hombres copando los puestos de dirección y responsabilidad editorial- tiene consecuencias "en los contenidos y en los enfoques de los medios", que acaban transmitiendo "muchas veces" una visión de la realidad "parcial" y "sesgada", con la mujer como personaje secundario" (El sesgo de género en los medios o cómo se enfoca solo una "cara de la moneda" - RTVE.es107). El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)¹⁰⁸ señala que "la visibilidad de las mujeres en los medios de comunicación sigue siendo muy inferior a la de los hombres" a pesar de ser la mitad de la población "excepto en las relacionadas con crimen y violencia, donde representan el 51%¹⁰⁹ del total". Las mujeres siguen estando marginadas en la agenda de los medios, además de ser mostradas en el ámbito doméstico o social, identificadas por sus relaciones familiares y con escasa presencia como profesionales del ámbito público o expertas. La voz de la

¹⁰⁶ CNTV. Bases del llamado a Concurso Público, para asignación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales, del año 2018, pag.2

¹⁰⁷ Fecha de consulta: 13 de marzo, 2019

¹⁰⁸ El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) es la investigación mundial "más amplia y de mayor trayectoria" que aborda el tema de género en los medios de comunicación- Última edición (2015), donde se analiza los medios de más de 100 países.

¹⁰⁹ El dato corresponde a España, a nivel global no varía significativamente

autoridad sigue siendo la de los hombres con posición jerárquica y poder público, y el resto de la ciudadanía plural es invisibilizada o tratada como víctima¹¹⁰.

Los contenidos que hoy se transmiten en la TV chilena, presentan las siguientes características¹¹¹: “Respecto de la representación comparada de hombres y mujeres de la muestra, es posible constatar lo siguiente: i) el estereotipo del hombre los representa como más simples, con mayor liderazgo, más cuerdos y serenos, más adecuados a la norma social, menos asociados a valores negativos y mucho más homogéneos, seguros y confiables que las mujeres. ii) Por su parte, el estereotipo que se desprende del análisis representa a las mujeres como más erotizadas, más conflictivas y confrontadas con las normas, mayormente en roles subalternos, más asociadas a valores negativos y mucho más problematizadas, complejas y sometidas a juicio que los hombres.” (Bravo, Amigo, Baeza, & Cabello, 2018, pág. 127). Ante lo cual, cabe cuestionarse, como se custodia el principio del pluralismo en la aprobación de contenidos televisivos que no reflejan la diversidad y representan estereotipos. “El contraste entre la realidad de la representación televisiva del género y la realidad social que es posible evidenciar los desajustes entre una y la otra y, con ello, señalar los grandes desafíos que enfrenta la regulación de un medio de tanta relevancia social y cultural como la televisión” (Bravo, Amigo, Baeza, & Cabello, 2018, pág. 129).

Ahora bien, en el concurso Fondo-CNTV 2018 se valorará especialmente al momento de premiar: “Proyectos que *promuevan la equidad de género, el trato igualitario entre los sexos, la tolerancia, la diversidad* y el respeto a las distintas etnias y credos”, establecido en el punto I letra F específicamente de las mencionadas bases. De hecho, este año, de los 26 proyectos premiados se identifican 14 proyectos que en su postulación y dentro de las historias que se conjugan presentan características que se pueden identificar con la perspectiva de género.” (CNTV, 2018, pág. 3). Ante lo cual el panel resalta la inclusión de tal parámetro como requisito para avanzar en la disminución de la presencia de estereotipos de género en la TV, valora el establecimiento de tales acciones positivas ya que permiten avanzar en visibilizar la distancia en trato y tolerancia entre sexos, así como disminuir las brechas de género transmitidas desde la TV nacional. A continuación, se presentan los proyectos ganadores, por incluir la perspectiva de género en sus contenidos.

Cuadro 37: Proyectos ganadores por incluir perspectiva de género	
Proyecto	Productora
Línea 1 - Series históricas	
Camaleón	Productora Araya Uribe Limitada (Inteligencia Colectiva)
Isabel Allende: No me mires	Red Televisiva Megavisión S.A (MEGA)

¹¹⁰ <http://www.rtve.es/noticias/20180307/sesgo-genero-medios-como-se-enfoca-solo-cara-moneda/> 1690280.shtml Fecha de consulta: 13 de marzo, 2019

¹¹¹ El estudio recoge los resultados de una investigación realizada para el Consejo Nacional de Televisión de Chile sobre el respeto a la equidad y diversidad de género en programas de televisión chilenos. Se implementó un dispositivo para identificar las recurrencias de estereotipos en una muestra de 167 personas/personajes televisivos, que constató la persistencia de inequidades y sesgos representacionales de género. Se concluye que las representaciones y estereotipos de género presentes en el corpus, lejos de limitarse a reproducir imágenes y sentidos comunes circulantes en la sociedad, producen significaciones que resultan contradictorias con los avances de la discusión social al respecto. (Bravo, Amigo, Baeza, & Cabello, 2018).

Cuadro 37: Proyectos ganadores por incluir perspectiva de género	
Proyecto	Productora
así	
Línea 2 - Ficción	
Cromosoma 21	Film & Maker Limitada (Film & Maker)
Protectoras	Producciones audiovisuales Altiro Limitada (ALTIROSAPIENS)
Línea 3 - No Ficción	
Años después con que sueñas	Mi chica Producciones SPA
Libre	Villano Producciones Ltda. (Villano)
Línea 4 - Programas de Procedencia Regional	
Confinos carcelarios	Productora Puerto Visual Limitada (PUERTOVISUAL Ltda.)
Comunidad Tierra	Paulina Ferretti Cortes PRODUCCIONES E.I.R.L. (Diente de León)
ALAS	Fauna Film Documentales de la Vida Silvestre Ltda. (Fauna Film Producciones Ltda.)
Línea 5 - Pre Escolar (3 a 6 años)	
Mazapán Animado	Fábula Televisión SPA
Hola Flinko	Sociedad de creatividad audiovisual y multimedia Limitada (Dinogorila Creative Lab)
Línea 6 - Infantil (6 a 12 años)	
Paleodetectives América Latina	Cábala Producciones Ltda.
Zander	Tres Tercios Producciones Audiovisuales SPA (Tres Tercios)
Línea 7 - Nuevas Temporadas	
Los fantásticos viajes de Ruka 2	GVG Producciones Limitada (GVG)
62 Historia de un mundial	Producciones audiovisuales Ocoa Films Limitada (Ocoa FILMS)
Línea 8 - Co-producciones internacionales	
Secreto Ancestral	La Ventana Cine Ltda.
Fuente: (CNTV, 2018, pág. 28)	

En relación a la población específica que atiende el programa, la misma refiere a hogares con TV abierta, por ende, no es pertinente la discriminación por sexo. Por otro lado, sólo pueden postular al Fondo CNTV personas jurídicas, por lo que no se establece un análisis de las potenciales directoras/productoras/guionistas que pueden participar en los proyectos. Esto, porque no se hace dicha distinción al momento de premiar un proyecto, como también por el hecho que estos cargos/profesionales pueden variar a lo largo de la ejecución de un proyecto. En síntesis, el Fondo CNTV, busca fomentar aquellos proyectos cuyos contenidos incluyan temas de género (idealmente, aquellos proyectos que promuevan los derechos de la mujer y la equidad de género).

En relación al Resumen Narrativo de la MML (fin, propósito y componentes) se puede observar la ausencia explícita de la perspectiva de género en los mismos, a saber:

Cuadro 38: Descripción de los Componentes del Fondo Audiovisual, bajo la mirada de género	
Objetivo	Perspectiva de Género
FIN: “Contribuir, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad”.	El fin no está dirigido a individuos, sin embargo si se aborda el análisis de género del campo audiovisual televisivo, se podrían develar las brechas existentes avanzando hacia la pluralidad.

Cuadro 38: Descripción de los Componentes del Fondo Audiovisual, bajo la mirada de género	
Objetivo	Perspectiva de Género
Propósito: “Poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad.”	El propósito no está dirigido a individuos, sin embargo si se aborda el análisis de género del campo audiovisual [televisivo], se podrían develar las brechas en la estructura de oportunidades para el desarrollo y consolidación del campo audiovisual, a través del financiamiento de proyectos e iniciativas en las distintas etapas del ciclo cultural (Marco de Estadísticas Culturales Unesco, 2009), y la vinculación con la elaboración de contenidos desde dicha perspectiva, ad hoc a los valores que intenciona el Fondo CNTV.
Componente 1:	
“Programas financiados de técnica acción real”, con dos sub componentes: i) “Ficción” y ii) “No Ficción”	Se incluye en las convocatorias, el enfoque de género, en tanto parámetro para valorar los proyectos postulados.
Componente 2:	
“Programas financiados de técnica animación.”	No se aborda el enfoque de género, sin embargo si se incluyera en las convocatorias, se podría aportar al pluralismo, desde programaciones sin estereotipo de género
Fuente: Elaboración propia, Panel, 2019	

A continuación se presenta el cuadro resumen sobre el análisis de género en el Fondo de Fomento CNTV

Cuadro 39: Cuadro Análisis de Género			
Nombre del programa	Fondo CNTV		
Objetivo del programa	“Contribuir, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad”.		
¿Corresponde aplicar enfoque de género según la evaluación?	SI	NO	¿Por qué?:
	¿Por qué?: el foco se encuentra en los contenidos a ser generados y su vinculación con la pluralidad y los valores democráticos		
¿Se aplica satisfactoriamente en la población objetivo?	SI	NO	RECOMENDACIÓN
		¿Por qué?: no se realiza el análisis por sexo entre H/M	Visibilizar cómo los televidentes adhieren a los programas según sexo.
¿Se aplica satisfactoriamente en la definición del propósito y los componentes?	SI	NO	RECOMENDACIÓN
		¿Por qué?: no se realiza el análisis de los contenidos desde la perspectiva de género, ni de la audiencia y los programas pro	Incluir la perspectiva de género como un criterio explícito en las Bases concursables.

Cuadro 39: Cuadro Análisis de Género			
		equidad de género por sexo	
¿Se aplica satisfactoriamente en la provisión del servicio?	SI	NO ¿Por qué?: no se realiza el análisis por sexo entre H/M en relación a la provisión del servicio, no hay distinción al respecto	RECOMENDACIÓN Identificar sexo representante de la entidad postulante, director/a, guionista
¿Se aplica satisfactoriamente en la formulación de indicadores?	SI	NO ¿Por qué?: no se realiza el análisis por sexo	RECOMENDACIÓN Incluir indicadores con la variable sexo
Fuente: Elaboración propia, Panel, 2019.			

Anexo 5: Ficha de Presentación de Antecedentes Presupuestarios y de Gastos.

Cuadro 40: Fuentes de financiamiento del Programa, período 2015 - 2019 (en miles de pesos año 2019)											
Fuentes de Financiamiento	2015		2016		2017		2018		2019		Variación 2015-2019
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	%
1. Presupuestarias	\$ 4.713.682	63%	\$ 4.739.422	56%	\$ 4.773.565	59%	\$ 4.811.887	78%	\$ 3.431.864	100%	-27%
1.1. Asignación específica al Programa	\$ 4.632.990	62%	\$ 4.633.612	55%	\$ 4.630.979	57%	\$ 4.614.198	75%	\$ 3.322.121	97%	-28%
1.2. Asignación institución responsable (ítem 21, 22 y 29, entre otros)	\$ 80.692	1%	\$ 105.810	1%	\$ 142.586	2%	\$ 197.689	3%	\$ 109.743	3%	36%
1.3. Aportes en presupuesto de otras instituciones públicas	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	#¡DIV/0!
2. Extrapresu-pestarias	\$ 2.777.011	37%	\$ 3.651.773	44%	\$ 3.299.407	41%	\$ 1.378.176	22%	\$ 0	0%	-100%
2.1 Otras fuentes, sector privado, aportes de beneficiarios, organismos internacionales, etc.	\$ 2.777.011	37%	\$ 3.651.773	44%	\$ 3.299.407	41%	\$ 1.378.176	22%	\$ 0	0%	-100%
Total	\$ 7.490.693		\$ 8.391.195		\$ 8.072.972		\$ 6.190.063		\$ 3.431.864		-54%

Fuente: CNTV.

Cuadro N° 41: Presupuesto del Programa respecto del Presupuesto de la Institución Responsable, período 2015-2019
(en miles de pesos año 2019)

Año	Presupuesto inicial de la Institución responsable	Presupuesto Inicial del Programa (Asignación en Ley de Presupuesto)	% Respecto del presupuesto inicial de la institución responsable
2015	\$ 8.524.721	\$ 4.713.682	55%
2016	\$ 8.771.486	\$ 4.739.422	54%
2017	\$ 8.917.455	\$ 4.773.565	54%
2018	\$ 9.262.113	\$ 4.811.887	52%
2019	\$ 8.017.348	\$ 3.431.864	43%

Fuente: CNTV.

Cuadro N° 42: Presupuesto Inicial y Gasto Devengado del Programa, período 2015-2019
(en miles de pesos año 2019)

AÑO 2015	Presupuesto Inicial (A)	Presupuesto Vigente (B)	Gasto Devengado del Presupuesto Ejecución (C)	Indicadores Ejecución y Planificación Presupuestaria	
				(C/B) %	(C/A) %
Personal	\$ 170.454	\$ 170.454	\$ 170.454	100,0%	100,0%
Bienes y Servicios de Consumo	\$ 111.946	\$ 111.946	\$ 110.999	99,2%	99,2%
Transferencias	\$ 4.431.282	\$ 4.431.282	\$ 4.431.282	100,0%	100,0%
Inversión	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Otros (Identificar)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Total	\$ 4.713.682	\$ 4.713.682	\$ 4.712.735	100,0%	100,0%

AÑO 2016	Presupuesto Inicial (A)	Presupuesto Vigente (B)	Gasto Devengado del Presupuesto Ejecución (C)	Indicadores Ejecución y Planificación Presupuestaria	
				(C/B) %	(C/A) %
Personal	\$ 215.346	\$ 215.346	\$ 185.804	86,3%	86,3%
Bienes y Servicios de Consumo	\$ 92.198	\$ 76.994	\$ 102.274	132,8%	110,9%
Transferencias	\$ 4.431.877	\$ 4.431.877	\$ 4.428.977	99,9%	99,9%
Inversión	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Otros (Identificar)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Total	\$ 4.739.422	\$ 4.724.218	\$ 4.717.056	99,8%	99,5%

AÑO 2017	Presupuesto Inicial (A)	Presupuesto Vigente (B)	Gasto Devengado del Presupuesto Ejecución (C)	Indicadores Ejecución y Planificación Presupuestaria	
				(C/B) %	(C/A) %
Personal	\$ 200.060	\$ 194.406	\$ 188.575	97,0%	94,3%
Bienes y Servicios de Consumo	\$ 110.286	\$ 110.286	\$ 109.763	99,5%	99,5%
Transferencias	\$ 4.463.219	\$ 4.463.219	\$ 4.463.219	100,0%	100,0%
Inversión	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Otros (Identificar)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Total	\$ 4.773.565	\$ 4.767.911	\$ 4.761.557	99,9%	99,7%

AÑO 2018	Presupuesto Inicial (A)	Presupuesto Vigente (B)	Gasto Devengado del Presupuesto Ejecución (C)	Indicadores Ejecución y Planificación Presupuestaria	
				(C/B) %	(C/A) %
Personal	\$ 232.238	\$ 232.238	\$ 231.780	99,8%	99,8%
Bienes y Servicios de Consumo	\$ 133.374	\$ 133.374	\$ 132.782	99,6%	99,6%
Transferencias	\$ 4.446.275	\$ 4.446.275	\$ 4.446.275	100,0%	100,0%
Inversión	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Otros (Identificar)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Total	\$ 4.811.887	\$ 4.811.887	\$ 4.810.837	100,0%	100,0%

AÑO 2019	Presupuesto Inicial
Personal	\$ 144.292
Bienes y Servicios de Consumo	\$ 133.374
Transferencias	\$ 3.154.198
Inversión	\$ 0
Otros (Identificar)	\$ 0
Total	\$ 3.431.864

Fuente: CNTV

Cuadro N°43: Gasto Total del Programa, período 2015-2018

(en miles de pesos año 2019)

AÑO	Gasto Devengado del Presupuesto	Otros Gastos	Total Gasto del Programa
2015	\$ 4.712.735	\$ 0	\$ 4.712.735
2016	\$ 4.717.056	\$ 0	\$ 4.717.056
2017	\$ 4.761.557	\$ 0	\$ 4.761.557
2018	\$ 4.810.837	\$ 0	\$ 4.810.837

Fuente: CNTV

Cuadro 44: Gastos Total del Programa según uso, desagregado en gastos de administración y gastos de producción, período 2015-2018
(en miles de pesos año 2019)

AÑO 2015	Gasto Total del Programa		TOTAL	% (RR.HH vs Otros Gastos)
	Gasto Producción	Gasto Administración		
Recursos Humanos	\$ 0	\$ 170.454	\$ 170.454	3,6%
Otros Gastos	\$ 4.431.282	\$ 110.999	\$ 4.542.281	96,4%
Total	\$ 4.431.282	\$ 281.453	\$ 4.712.735	-----
% (Gasto Produc. Vs Admin)	94,0%	6,0%	-----	-----

AÑO 2016	Gasto Total del Programa		TOTAL	% (RR.HH vs Otros Gastos)
	Gasto Producción	Gasto Administración		
Recursos Humanos	\$ 0	\$ 185.804	\$ 185.804	3,9%
Otros Gastos	\$ 4.428.977	\$ 102.274	\$ 4.531.252	96,1%
Total	\$ 4.428.977	\$ 288.078	\$ 4.717.056	-----
% (Gasto Produc. Vs Admin)	93,9%	6,1%	-----	-----

AÑO 2017	Gasto Total del Programa		TOTAL	% (RR.HH vs Otros Gastos)
	Gasto Producción	Gasto Administración		
Recursos Humanos	\$ 0	\$ 188.575	\$ 188.575	4,0%
Otros Gastos	\$ 4.463.219	\$ 109.763	\$ 4.572.982	96,0%
Total	\$ 4.463.219	\$ 298.338	\$ 4.761.557	-----
% (Gasto Produc. Vs Admin)	94%	6,3%	-----	-----

AÑO 2018	Gasto Total del Programa		TOTAL	% (RR.HH vs Otros Gastos)
	Gasto Producción	Gasto Administración		
Recursos Humanos	\$ 0	\$ 231.780	\$ 231.780	4,8%
Otros Gastos	\$ 4.446.275	\$ 132.782	\$ 4.579.058	95,2%
Total	\$ 4.446.275	\$ 364.562	\$ 4.810.837	-----
% (Gasto Produc. Vs Admin)	92,4%	7,6%	-----	-----

Fuente: CNTV

Cuadro 45: Gasto de producción de los Componentes del Programa, por región, período 2015-2018
(en miles de pesos año 2019)

AÑO 2015	Arica y Parinac.	Tarapacá	Antofagasta	Atacama	Coquimbo	Valparaíso	O'Higgins	Maule	Bío Bío	Araucanía	Los Ríos	Los Lagos	Aysén	Magallanes	Región Metrop.	Total
Componente 1 Acción Real	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6.812.234	\$ 6.812.234
Componente 2 Animación	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 396.057	\$ 396.057
Total	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 7.208.291	\$ 7.208.291

AÑO 2016	Arica y Parinac.	Tarapacá	Antofagasta	Atacama	Coquimbo	Valparaíso	O'Higgins	Maule	Bío Bío	Araucanía	Los Ríos	Los Lagos	Aysén	Magallanes	Región Metrop.	Total
Componente 1 Acción Real	\$ 32.230	\$ 0	\$ 32.356	\$ 0	\$ 239.734	\$ 158.147	\$ 175.998	\$ 0	\$ 61.550	\$ 32.348	\$ 0	\$ 79.707	\$ 0	\$ 0	\$ 5.226.001	\$ 6.038.071
Componente 2 Animación	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.853.101	\$ 1.853.101
Total	\$ 32.230	\$ 0	\$ 32.356	\$ 0	\$ 239.734	\$ 158.147	\$ 175.998	\$ 0	\$ 61.550	\$ 32.348	\$ 0	\$ 79.707	\$ 0	\$ 0	\$ 7.079.101	\$ 7.891.171

AÑO 2017	Arica y Parinac.	Tarapacá	Antofagasta	Atacama	Coquimbo	Valparaíso	O'Higgins	Maule	Bío Bío	Araucanía	Los Ríos	Los Lagos	Aysén	Magallanes	Región Metrop.	Total
Componente 1 Acción Real	\$ 0	\$ 0	\$ 360.699	\$ 0	\$ 0	\$ 236.425	\$ 290.791	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 5.519.219	\$ 6.407.134
Componente 2 Animación	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.056.564	\$ 1.056.564
Total	\$ 0	\$ 0	\$ 360.699	\$ 0	\$ 0	\$ 236.425	\$ 290.791	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6.575.783	\$ 7.463.698

AÑO 2018	Arica y Parinac.	Tarapacá	Antofagasta	Atacama	Coquimbo	Valparaíso	O'Higgins	Maule	Bío Bío	Araucanía	Los Ríos	Los Lagos	Aysén	Magallanes	Región Metrop.	Total
Componente 1 Acción Real	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 249.750	\$ 477.827	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.031.715	\$ 4.759.292
Componente 2 Animación	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 774.124	\$ 774.124
Total	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 249.750	\$ 477.827	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.805.839	\$ 5.533.416

Fuente: CNTV

Nota: (*) El gasto en los años 2016-2018 no coinciden con las transferencias corrientes de cuadros anteriores debido a que no se incluye el financiamiento de los proyectos del fondo comunitario que fue una línea experimental esos años, que ascendió para el año 2016 M\$ 164.563, para el año 2017 M\$ 298.926 y para el años 2018 a M\$291.033 (\$2019)

VII. GLOSARIO

CASEN	Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional
CNTV	Consejo Nacional de Televisión
Cultura	Conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias
DIPRES	Dirección de Presupuestos de Chile
Documentales	Documento o registro que tienen un origen cinematográfico que da cuenta de un momento situación o hecho donde, generalmente, lo más relevante es el punto de vista del autor. No necesariamente es contingente. Su temática es íntima, particular o social.
Identidad	Fenómeno que se construye desde un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias
INE	Instituto Nacional de Estadísticas
MML	Matriz de Marco Lógico
Patrimonio cultural	Bienes culturales materiales e inmateriales que la historia le ha legado a una nación y a la humanidad, por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética
Películas	Producciones cinematográficas de carácter ficcional, que pueden versar sobre cualquier contenido narrado en un formato básico de acción, drama o comedia y que pueden estar destinadas para salas de cine, video o televisión. Algunas producciones son realizadas particularmente para la televisión
Pluralismo	Respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género
Publicidad	Anuncios que presentan mensajes destinados a promover o dar a conocer un producto o servicio, o bien se dirigen a la comunidad con el objeto de modificar conductas, difundir valores, dar información de utilidad pública, estimular la movilización solidaria, etc.
Reportajes	Narración de sucesos o noticias, que pueden ser de actualidad o no. En este género se explican acontecimientos de interés público, con palabras e imágenes, desde una perspectiva actual. El reportaje, centra la mirada en un aspecto del quehacer social, adoptando un punto de vista del realizador o canal
Series y Miniseries	Espacios episódicos que se caracterizan por presentar un protagonista o un grupo de protagonistas que dan ilación y conexión a las distintas historias, manteniendo cada una de ellas una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran
Telenovelas	Narración melodramática, cuyo núcleo central son los conflictos en las relaciones humanas, ya sean sentimentales, familiares, sociales y de poder
Telerrealidad	Presenta como elemento central la exposición de las vivencias de personas o grupos de personas en distintas situaciones, con el propósito de exponer a los individuos, sus emociones y conflictos. Se exhiben historias personales y relaciones sociales, en una estructura determinada por la producción del programa
Valores democráticos	Conjunto de valores éticos y sociales fundamentados en una serie de creencias, conductas, métodos, ideas y comprensión política
Videoclips	Creación de una especie de micro-representación cinematográfica, sobre la base de una pieza musical

VIII. ÍNDICE DE CUADROS, ESQUEMAS Y GRÁFICOS

Cuadros

Cuadro 1: Población Potencial y Objetivo Período 2015-2018 – HOGARES.....	8
Cuadro 2: Productoras Beneficiadas con Financiamiento para la Producción de Contenidos Audiovisuales 2015-2018.....	10
Cuadro 3: Presupuesto total del programa 2015-2019 (miles de \$2019).....	11
Cuadro 4: Controladores/operadores de canales de TV abierta de alcance nacional	15
Cuadro 6: EFICACIA: Indicadores resultados intermedios y finales años 2015 - 2018.....	24
Cuadro 7: Comparación indicadores de audiencia Programas CNTV.....	27
Cuadro 8: EFICACIA: Premios y Reconocimientos de los Programas CNTV	27
Cuadro 9:Proyectos Postulados al FONDO CNTV según estado de la postulación - Por Año (N° de proyectos)	30
Cuadro 10: Proyectos Postulados al FONDO CNTV según componente y estado de la postulación.....	30
Cuadro 11: Proyectos Postulados al FONDO CNTV por Línea de Concurso - según estado de la postulación / PERÍODO 2015 - 2018 (N° de proyectos)	31
Cuadro 12: Proyectos Postulados al FONDO CNTV por Región - según estado de la postulación / PERÍODO 2016 - 2018 (*) (N° de proyectos)	32
Cuadro 13: Programas de Interés Regional Emitidos en Canales PERÍODO 2015 - 2018	32
Cuadro 14: EFICACIA: Indicadores resultados a nivel de COMPONENTE años 2015 - 2018.....	34
Cuadro 15: EFICACIA: Beneficiarios Efectivos Años 2015-2018.....	36
Cuadro 16: Población Potencial y Objetivo Período 2015-2018.....	37
Cuadro 17: EFICACIA: Indicadores resultados a nivel de COMPONENTE años 2015 - 2018.....	38
Cuadro 18: Fuentes de Financiamiento del Programa 2015 - 2019 (Miles de \$ 2019)	39
Cuadro 19: Desglose del Gasto Devengado en Personal,	40
Cuadro 20: Gasto Efectivo Total del Programa (Miles de \$ 2019) (*).....	41
Cuadro 21: Gasto Total por Componente, años 2015-2018	42
Cuadro 22: Presupuesto y Gasto Efectivo del Fondo CNTV.....	42
Cuadro 23: Aportes de Terceros al Financiamiento de los Programas CNTV (Miles de \$ 2019).....	43
Cuadro 24.....	45
Cuadro 25: Costo Promedio por Unidad de Producto FONDO CNTV - Años 2015 - 2018	47
Cuadro 26: Costo Promedio Componente por Beneficiario FONDO CNTV - Años 2015 - 2018.....	48
Cuadro 27: Gasto en componentes, gasto en administración y gasto total del programa por empresa beneficiaria de los concursos 2015-2018.....	49
Cuadro 28: Gastos de Administración del Programa Años 2015-2018	49
Cuadro 29: Supuestos de la MML Fondo CNTV	75
Cuadro 30: Distribución de los Indicadores de la MML Fondo -CNTV	76
Cuadro 31: Indicadores sin medición, Fondo- CNTV	76
Cuadro 32: Nuevos indicadores de la MML Fondo CNTV.....	77
Cuadro 33: Concurso Fondo - CNTV 2018 / Planificación – Fechas (2017).....	95
Cuadro 34: Definición de Funciones y Cargos CNTTV.....	99
Cuadro 35: Descripción de Cargos.....	103
Cuadro 36: Organismos externos con los que se vincula el Fondo CNTV	104

Cuadro 37: Diferencias entre hombres y mujeres en los dominios culturales definidos por la UNESCO: Medios Audiovisuales e Interactivos (radio, TV, videos, filmes, juegos en línea, portales, sitios web asociados a redes sociales).....	111
Cuadro 38: Proyectos ganadores por incluir perspectiva de género	113
Cuadro 39: Descripción de los Componentes del Fondo Audiovisual, bajo la mirada de género	114
Cuadro 40: Cuadro Análisis de Género	115
Cuadro 41: Fuentes de financiamiento del Programa, período 2015 - 2019.....	117
Cuadro N° 42: Presupuesto del Programa respecto del Presupuesto de la Institución Responsable, período 2015-2019.....	118
Cuadro N° 43: Presupuesto Inicial y Gasto Devengado del Programa, período 2015-2019	118
Cuadro N°44: Gasto Total del Programa, período 2015-2018.....	119
Cuadro 45: Gastos Total del Programa según uso, desagregado en gastos de administración y gastos de producción, período 2015-2018.....	120
Cuadro 46: Gasto de producción de los Componentes del Programa, por región, período 2015-2018.....	121

Esquemas

Esquema 1: Etapas desarrollo de contenidos televisivos	83
Esquema 2: Etapas Concurso Fondo CNTV	85
Esquema 3: Etapa de Preparación y publicación de Bases.....	85
Esquema 4: Etapa de postulación y evaluación de los proyectos.....	87
Esquema 5: Etapa de selección y adjudicación	91
Esquema 6: Etapa de firma de contrato y	92
Esquema 7: Entrega de master y emisión.....	94
Esquema 8: Organigrama CNTV	97
Esquema 9: Organigrama Departamento De Fomento.....	99

Gráficos

Gráfico 1: Trayectoria del presupuesto del Fondo CNTV, según fuentes de financiamiento. MM\$ 2019.....	12
Gráfico 2: Distribución de la oferta, según Géneros Televisivos (%).....	16
Gráfico 3: Oferta de Géneros Televisivos, según Procedencia (%).....	17
Gráfico 4: Distribución de programación, según Área de Contenido (%).....	19